

Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115505992>

CAI
DB60
- A56

Government
Publications

Annual Report Rapport Annuel

1978



Turkey Dindon

✓ CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON



Turkey
Dindon

CHANDLER, JAMES H. (1911-1988)
CHANDLER, JAMES H. (1911-1988)

1978 OFFICERS & DIRECTORS

CHAIRMAN Kenneth Crawford Ontario
1ST VICE-CHAIRMAN Laurent Mercier Québec
2ND VICE-CHAIRMAN Carol Teichrob Saskatchewan

WELLINGTON ROOM

1. 8:30 a.m. - Registration and Coffee
2. 9:30 a.m. - Call to Order & Invocation
DIRECTOR James Pennington British Columbia
3. Chairperson's Address
DIRECTOR Murray Brown Alberta
4. Confirmation of Voting Members
DIRECTOR Cornelius Riediger Manitoba
5. Approval of Agenda
DIRECTOR George Slipp New Brunswick
6. Minutes of 5th Annual Meeting
DIRECTOR John de Graaf Nova Scotia
7. Executive Report
8. Consultative Committee Chairman's Report
9. Financial Report
10. Presentation of Budget
11. Appointment of Auditors
12. 6th Annual Meeting - March 18th & 20th, 1980
13. Mrs. June Menzies, Chairman - N.F.F.M.C.
14. Adjournment

SOUTH BALLROOM

12:30 p.m. - Luncheon

Guest Speaker - Hon. Eugene F. Whelan
Minister of Agriculture

2:00 p.m. - Panel - "National Supply Management in the Food System"

Moderator - M. S. Mitchell, Director, Poultry Division
- Ms. Ursula Patterson, C.A.C.
- Mr. Norman Hiddell, Loblaw's
- Wally T. Berry, Lilydale Poultry
- Mrs. Carol Teichrob, C.T.M.A.

Chairman's Closing Remarks

AGENDA

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

5TH ANNUAL MEETING

MARCH 14TH, 1979

OTTAWA CENTRE - HOLIDAY INN

WELLINGTON ROOM

1. 8:30 a.m. - Registration and Coffee
2. 9:30 a.m. - Call to Order & Welcome
3. Chairman's Address
4. Confirmation of Voting Members
5. Approval of Agenda
6. Minutes of 4th Annual Meeting
7. Executive Report
8. Consultative Committee Chairman's Report
9. Financial Report
10. Presentation of Budget
11. Appointment of Auditors
12. 6th Annual Meeting - March 19th & 20th, 1980
13. Mrs. June Menzies, Chairman - N.F.P.M.C.
14. Adjournment

SOUTH BALLROOM

12:30 p.m. - Luncheon

Guest Speaker - Hon. Eugene F. Whelan
Minister of Agriculture

2:00 p.m. - Panel - "National Supply Management in the Food System"

Moderator - M. S. Mitchell, Director, Poultry Division.

- Ms. Ursula Patterson, C.A.C.

- Mr. Norman Riddell, Loblaw's

- Wally T. Berry, Lilydale Poultry

- Mrs. Carol Teichrob, C.T.M.A.

Chairman's Closing Remarks

CHAIRMAN'S REPORT

TO THE

5TH ANNUAL C.T.M.A. MEETING

MARCH 14, 1979

The past year has passed rather quickly. I was very honoured last March to have been elected Chairman of C.T.M.A. It was, and remains, a challenge to fulfill the everyday obligations, along with many other issues created by the industry and government. For the first time since its inception C.T.M.A. realized that it had a more, far-reaching duty, than that of setting quotas and assuring border protection for its members. We realized that we must assist in the marketing of our product, recognize and evaluate market trends and new product development, regional market and production disparities within our member provinces.

We also recognized that with our present administration we were not capable of fulfilling our mandate to the total industry. The Board of Directors retained P.S. Ross and Associates to evaluate our staff and procedures and to report their findings and recommendations. They also requested presentations by three advertising agencies to better enable us to more effectively promote our product.

Today we have been able to accomplish these objectives. We have new offices located in Toronto, a new administrative staff capable of meeting all the aims and objectives of C.T.M.A. We have also retained Foster Advertising, an international firm, to professionally meet our promotion needs. I am very confident that today C.T.M.A. is looking positively toward the future of the total turkey industry.

This past year has not been without problems within the industry, as well as our member provinces. Our executive have been faced with what seemed like insurmountable problems. High inventories at the beginning of 1978 forced a quota cutback which became difficult to reverse against industry lobbies. Escalating wholesale prices in early November, due to a supposed tight supply, saw record sales achieved during the first two months drop to minimal sales for the Christmas market. Wholesalers and brokers pushed for permits to import additional supplies. It is very hard to

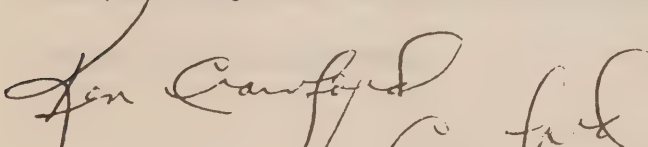
understand the twenty-two million pounds of inventory on January 1, 1979. I am sure the message our industry partners were conveying to us was that twenty-two million pounds was insufficient to fill the Canadian pipeline. We must ensure that this is not allowed to happen again.

The members of C.T.M.A. in 1979 must unite and work with all segments of our industry to supply the consumers of Canada with an adequate supply of economically priced turkeys and turkey products. In light of the cost and supply of other meats we have never seen a better opportunity to promote the use of our product.

The lessons we have learned and the restructuring of C.T.M.A., I am confident, will allow the Directors in 1979 to fulfill the mandate given them in our Agency.

I would like to personally thank the Directors, Secretary-Managers, and the executive members for the co-operation and dedication awarded the Agency this past year. It is this type of unselfish dedication that makes supply management work for the benefit of all.

Respectfully submitted,


Ken Crawford,
Chairman.

KC:ag

REPORT
TO THE
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
5TH ANNUAL MEETING

Your Executive made a decision early in its term of office in 1978 to substitute the word "challenge" for "problem" and worked actively all year on your behalf to meet existing and new situations in a positive manner.

We wish to express our thanks for the co-operation we received from the National Farm Products Marketing Council, members of our Consultative Committee, Agriculture Canada, the Department of Industry, Trade and Commerce, as well as members of the poultry industry at large, in working toward our aims to strengthen the position of the producer within the context of a thriving total industry which still has enormous potential for growth in all sectors. We also appreciate the contributions of the provincial Secretary-Managers and the members of the various committees struck to deal constructively with areas of specific concern.

Your Executive recognizes that the time and talents of many people combined to make the year under review one of progress for the Canadian Turkey Marketing Agency, and acknowledges particularly the confidence and support of our fellow Agency members as we contributed where and what we could to the future of the turkey industry.

Respectfully submitted,

The Executive

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Financial Statements

For the year ended December 31, 1978

Index

Auditors' Report

Balance Sheet

Statement "1"

Statement of Surplus

Statement "2"

Statement of Revenue and Expenses - Operating Fund

Statement "3"

Statement of Revenue and Expenses - Marketing Fund

Statement "4"

Statement of Revenue and Expenses - Promotion Fund

Statement "5"

Notes to Financial Statements

Statement "6"

FOREST GUENETTE CHAPUT

COMPTABLES AGRÉÉS - CHARTERED ACCOUNTANTS

al Forest, C.A.
n Guenette, B.A., C.A.
Chaput, B.A., C.A.
Blondeau, B.A., C.A.
ce Morissette, C.A.
Chaput, B.A., C.A.

262 RUE MARION
WINNIPEG, MANITOBA
R2H 0T7
233-8593

Auditors' Report

To the Members of the Board
Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

We have examined the balance sheet of the Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1978 and the statements of revenue and expenses - operating, marketing and promotion funds - for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Agency as at December 31, 1978 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year except as stated in note "5" on statement "6".

Winnipeg, Manitoba
January 29, 1979.

Forest Guenette Chaput
Chartered Accountants.

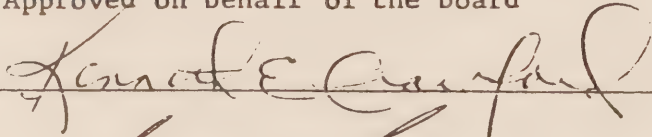
Winnipeg, Canada

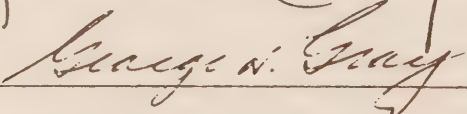
Balance Sheet

As at December 31, 1978
(with comparative figures for 1977)

<u>Assets</u>	<u>1978</u>	<u>1977</u>
<u>"OPERATING FUND"</u>		
Current assets		
Bank deposits and cash	\$ 13,221.59	\$ 20,957.92
Term deposit receipts	20,000.00	60,000.00
Levies receivable	68,515.26	51,528.89
Accrued interest receivable	62.46	231.17
Other accounts receivable	-	13.77
	<u>\$101,799.31</u>	<u>\$132,731.75</u>
<u>"MARKETING FUND"</u>		
Current assets		
Bank deposits and cash	\$ 557.16	\$ 4,346.50
Accounts receivable	1,451.00	-
Prepaid insurance	1,372.50	2,360.00
Inventory of turkeys	-	238,946.76
	<u>\$ 3,380.66</u>	<u>\$245,653.26</u>
<u>"PROMOTION FUND"</u>		
Current assets		
Bank deposits and cash	\$ 36,252.89	\$ -
Term deposit receipts	260,000.00	32,632.67
Accounts receivable	584.32	-
Levies receivable	171,288.17	-
Accrued interest receivable	1,612.53	-
Overmarketing penalty receivable, (note "2")	-	120,850.00
	<u>\$469,737.91</u>	<u>\$153,482.67</u>
<u>TOTAL ALL FUNDS</u>	<u>\$574,917.88</u>	<u>\$531,867.68</u>

Approved on behalf of the board


Chairman


Secretary-Manager

Liabilities and Surplus

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
<u>"OPERATING FUND"</u>		
Current liabilities		
Accounts payable and accrued expenses	\$ 15,546.99	\$ 32,532.51
Payroll taxes payable	<u>1,009.27</u>	<u>873.24</u>
	16,556.26	33,405.75
Surplus (statement "2")	<u>85,243.05</u>	<u>99,326.00</u>
	<u>\$101,799.31</u>	<u>\$132,731.75</u>
<u>"MARKETING FUND"</u>		
Current liabilities		
Accounts payable and accrued expenses	\$ 350.00	\$ 5,152.67
Bank loan	<u>-</u>	<u>260,000.00</u>
	350.00	265,152.67
Surplus (deficit) (statement "2")	<u>3,030.66</u>	<u>(19,499.41)</u>
	<u>\$ 3,380.66</u>	<u>\$245,653.26</u>
<u>"PROMOTION FUND"</u>		
Current liabilities		
Accounts payable and accrued expenses	\$ 99,191.48	\$ -
Payroll taxes payable	<u>519.34</u>	<u>-</u>
	99,710.82	-
Surplus (statement "2")	<u>370,027.09</u>	<u>153,482.67</u>
	<u>\$469,737.91</u>	<u>\$153,482.67</u>
<u>TOTAL ALL FUNDS</u>	<u>\$574,917.88</u>	<u>\$531,867.68</u>

Referred to in the accompanying report of

Forest Guenette Chaput

Chartered Accountants

Dated January 29, 1979.

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Statement of Surplus

For the year ended December 31, 1978
(with comparative figures for 1977)

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
<u>"OPERATING FUND"</u>		
Surplus balance, beginning of year	\$ 99,326.00	\$114,986.90
Less: deficit for year as per statement "3"	<u>(14,082.95)</u>	<u>(15,660.90)</u>
Surplus balance, end of year	<u>\$ 85,243.05</u>	<u>\$ 99,326.00</u>
<u>"MARKETING FUND"</u>		
Surplus (deficit) balance, beginning of year	\$(19,499.41)	\$ (1,938.66)
Add: deficit for year as per statement "4"	-	(17,560.75)
Less: surplus for year as per statement "4"	<u>22,530.07</u>	<u>-</u>
Surplus (deficit) balance, end of year	<u>\$ 3,030.66</u>	<u>\$(19,499.41)</u>
<u>"PROMOTION FUND"</u>		
Surplus balance, beginning of year	\$153,482.67	\$ 77,800.00
Add: -1977 overmarketing penalties receivable, (note "2")	-	120,850.00
-interest on term deposit	-	3,896.94
-surplus for the year, statement "5"	<u>248,996.05</u>	<u>-</u>
	402,478.72	202,546.94
Less: -1977 overmarketing penalties refunded (note "2")	32,097.15	-
-interest on 1977 overmarketing penalties refunded	354.48	-
-advertising and promotion expenses, (note "5")	<u>-</u>	<u>49,064.27</u>
Surplus balance, end of year	<u>\$370,027.09</u>	<u>\$153,482.67</u>
<u>TOTAL ALL FUNDS</u>	<u>\$458,300.80</u>	<u>\$233,309.26</u>

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Statement "3"

Statement of Revenue and Expenses - Operating Fund

For the year ended December 31, 1978
(with comparative figures for 1977)

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
Revenue		
Producer levies, (note "3")		
British Columbia	\$ 23,504.26	\$ 18,792.43
Alberta	17,134.26	17,390.61
Saskatchewan	9,410.38	8,529.47
Manitoba	19,286.38	18,649.27
Ontario	105,231.57	92,216.34
Quebec	57,316.69	48,178.55
New Brunswick	2,676.44	2,258.97
Nova Scotia	3,677.25	3,521.22
	<u>238,237.23</u>	<u>209,536.86</u>
Expenses		
Directors' and managers' expenses	72,789.67	42,904.17
Staff salaries and benefits	39,225.83	35,389.69
Directors' fees	30,325.00	12,225.00
Transfers to marketing fund	29,442.11	6,781.25
Legal fees	18,355.96	8,593.20
Telephone and telex	13,407.31	5,706.82
Office management study	13,205.22	-
Staff travel	7,941.15	6,092.40
Office supplies	5,921.17	3,398.14
Audit of Manitoba costs of production	5,590.85	-
Rent, taxes and utilities, (note "4")	4,864.07	4,634.50
Office furniture and equipment	3,677.48	-
Meeting rooms	3,039.87	659.38
Car allowance	1,999.92	1,666.56
Audit fees	1,500.00	1,511.90
Consultative committee - chairman's expenses	1,343.55	-
Postage and express	1,288.38	864.93
Office overload	928.20	-
Cost of production study	430.40	97,953.75
Translation	274.65	-
Fees, dues, subscriptions	148.00	238.44
Bank service charges	69.52	-
Advertising and promotion, (note "5")	-	2,867.58
Information program - Canadian Federation of Agriculture	-	3,000.00
Grants and donations	-	1,000.00
	<u>255,768.31</u>	<u>235,487.71</u>
Balance before other items	<u>(17,531.08)</u>	<u>(25,950.85)</u>
Other Items		
Interest on term deposit receipts	3,385.13	4,924.05
Licenses	63.00	66.00
Contribution from Canadian Turkey Federation	-	5,299.90
	<u>3,448.13</u>	<u>10,289.95</u>
Deficit for the year	<u>\$(14,082.95)</u>	<u>\$(15,660.90)</u>

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Statement of Revenue and Expenses -Marketing Fund

For the year ended December 31, 1978
(with comparative figures for 1977)

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
Revenue		
Sale of inventory of turkeys	\$415,885.15	\$ 90,248.31
Cost of Sales		
Cost of inventory of turkeys sold	<u>405,294.90</u>	<u>90,251.41</u>
Gross profit (loss)	<u>10,590.25</u>	<u>(3.10)</u>
Expenses		
Interest expense and bank service charges	8,440.06	10,920.39
Cold storage costs	7,113.73	11,913.51
Insurance	1,598.50	1,200.00
Audit fees	350.00	305.00
	<u>17,502.29</u>	<u>24,338.90</u>
Balance before other items	(6,912.04)	(24,342.00)
Other Items		
Transfers from operating fund	<u>29,442.11</u>	<u>6,781.25</u>
Surplus (deficit) for the year	<u>\$ 22,530.07</u>	<u>\$(17,560.75)</u>

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Statement of Revenue and Expenses - Promotion Fund

For the year ended December 31, 1978

Revenue

Producer levies, (note "3")	
British Columbia	
Alberta	\$ 58,760.68
Saskatchewan	42,835.38
Manitoba	23,670.40
Ontario	48,216.00
Quebec	263,078.91
New Brunswick	141,811.77
Nova Scotia	6,691.11
	<u>9,165.62</u>
	594,229.87

Expenses

Advertising	\$223,518.11	
Sales promotion	32,746.18	
Holiday Inn promotion	20,331.61	
Market research	18,197.50	
Staff salaries and benefits	15,152.29	
Staff travel	7,767.08	
Presentations by advertising agencies	6,000.00	
Trade shows	5,620.00	
Information program-Canadian Federation of Agriculture	5,000.00	
Directors' and managers' expenses	4,845.18	
Public relations	4,769.61	
Provincial promotion personnel expenses	4,307.95	
Employee moving expenses	4,050.02	
Directors' fees	3,200.00	
Audit fees	1,050.00	
Dues, fees, subscriptions	113.50	
Postage and express	<u>103.49</u>	<u>356,772.52</u>

Balance before other items	237,457.35
----------------------------	------------

Other Items

Interest income	<u>11,538.70</u>
-----------------	------------------

Surplus for the year	<u>\$248,996.05</u>
----------------------	---------------------

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Notes to Financial Statements

December 31, 1978

Note "1" Accounting Policies

Fixed assets are expensed in the year of purchase. In 1978 office equipment and furniture was purchased at a cost of \$3,677.48. In 1977 no fixed assets were purchased.

The inventory of turkeys at the end of 1977 was valued at the cost of turkeys only and all storage, interest and insurance costs have been expensed when incurred. There was no inventory of turkeys at the end of 1978.

Note "2" Overmarketing Penalties

Under the 1977 promotion agreement, overmarketing penalties of \$120,850.00 were recorded as receivable as at December 31, 1977 on the basis of Agriculture Canada preliminary figures for 1977 poundage, and these penalties were collected in 1978.

Subsequently, upon receipt of Agriculture Canada final audited figures for 1977 poundage, \$32,097.15 of penalties were refunded, and are shown as an adjustment of promotion fund surplus on statement "2".

There are no overmarketing penalties receivable for 1978 since the Agency and the Provincial Boards have agreed to a Promotion Agreement which covers January 2, 1978 to December 31, 1979.

Note "3" Producer Levies

A levy of 1/10 cents per pound live weight of turkey marketed was assessed on producers of participating provinces in 1978 for operating purposes.

A levy of 1/4 cents per pound live weight of turkey marketed was assessed on producers of participating provinces in 1978 for promotion purposes.

Note "4" Office Lease

The Agency has a contractual obligation to Mr. Joseph Weinstein under the office lease agreement. The remaining term of the lease is three months to March 31, 1979. The amount of rent due is \$355.00 per month or a total of \$1,065.00.

The Canadian Turkey Marketing Agency
Winnipeg, Canada

Notes to Financial Statements

December 31, 1978

Note "5" Promotion Expenses

The 1977 promotion expenses were reported on the operating fund statement of revenue and expenses (statement "3") as follows:

Total amount incurred	\$51,931.85
Less: charged to Promotion Fund surplus, (statement "2")	<u>49,064.27</u>
Net reported on statement "3"	<u>\$ 2,867.58</u>

The 1978 promotion expenses were reported on the promotion fund statement of revenue and expenses (statement "5").

Comparative figures are therefore not provided for 1977 on statement "5".

The Canadian Turkey Marketing Agency

Proposed Budget - 1979

Operating Fund

	1978 <u>Actual</u>	1979 <u>Proposed Budget</u>
Revenue		
Producer levies	<u>\$238,237.</u>	<u>\$273,725.</u>
Expenses		
Directors' & managers' expenses	72,790.	60,000.
Staff salaries & benefits	39,226.	55,820.
Directors' fees	30,325.	20,000.
Transfers to marketing fund	29,442.	20,000.
Severance pay	-	17,700.
Rent, taxes, utilities	4,864.	17,225.
Legal fees	18,356.	12,000.
Office furniture & equipment and moving expenses	3,677.	10,000.
Staff travel	7,941.	8,000.
Telephone and telex	13,407.	6,000.
Office supplies	5,921.	6,000.
Translation	275.	5,000.
Car allowance	2,000.	3,000.
Audit fees	1,500.	3,000.
Postage & express	1,288.	1,500.
Office overload	928.	1,500.
Meeting rooms	3,040.	1,000.
Consultative committee - Chairmen's expenses	1,344.	500.
Fees, dues, subscriptions	148.	150.
Office management study	13,205.	-
Audit of Manitoba cost of production	5,591.	-
Miscellaneous	500.	-
	<u>255,768.</u>	<u>248,395.</u>
Balance before other items	<u>(17,531.)</u>	<u>25,330.</u>
Other Items		
Interest	3,385.	3,000.
Licenses	63.	60.
	<u>3,448.</u>	<u>3,060.</u>
Surplus (deficit)	<u><u>\$(14,083.)</u></u>	<u><u>\$ 28,390.</u></u>

The Canadian Turkey Marketing Agency

Proposed Budget - 1979

Promotion Fund

	1978 <u>Actual</u>	1979 <u>Proposed Budget</u>
Revenue		
Producer levies	<u>\$594,230.</u>	<u>\$684,300.</u>
Expenses		
Advertising	271,349.	751,570.
Market research	18,198.	30,000.
Holiday Inn and institutional promotion	20,332.	30,000.
Staff salaries and benefits	15,152.	27,500.
Promotion material	-	23,000.
Audio-visual advertising presentation	-	10,000.
Recipe development	-	10,000.
Trade shows	5,620.	10,000.
Canada Poultryman	-	9,000.
Staff travel	7,767.	8,000.
Telephone and telex	-	6,000.
Canadian Federation of Agriculture - Information Program	5,000.	5,000.
Moving expenses	4,050.	4,050.
Directors' and managers' expenses	4,845.	2,000.
Directors' fees	3,200.	2,000.
Audit fees	1,050.	2,000.
Postage and express	103.	1,000.
Dues, fees, subscriptions	114.	200.
	<u>356,780.</u>	<u>931,320.</u>
Balance before other items	<u>237,450.</u>	<u>(247,020.)</u>
Other Items		
Interest income	11,539.	-
Prior year's surplus	<u>121,031.</u>	<u>370,020.</u>
	<u>132,570.</u>	<u>370,020.</u>
Surplus carried to following year	<u>\$370,020.</u>	<u>\$123,000.</u>

MARKETING REPORT
TO THE
5TH ANNUAL C.T.M.A. MEETING
MARCH 14, 1979

Your Marketing Manager has been working to provide the connecting link between you, the producers, and the end user, the consumer.

The ultimate goal of C.T.M.A. marketing is to direct productive capacity in order to achieve the maximum satisfaction of consumer desires and to do so efficiently.

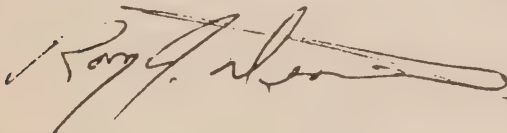
It is the essential task to see that demand and production are kept in reasonable balance by stimulating consumption to higher and higher peaks.

To achieve this, your Marketing Manager has been developing a base of knowledge and fact with which C.T.M.A. progress may be monitored and measured.

This acquired knowledge has allowed for the development of a national business plan whereby specific marketing strategies were devised; the appointment of an advertising agency, Foster Advertising Limited, to execute our plans, as well as measurement studies to ensure the most efficient and effective use of our promotional dollars in stimulating demand.

Your Marketing Manager wishes to express his thanks for the co-operation he received from all industry segments and, in particular, the support and confidence displayed by his fellow Agency members.

Respectfully submitted,



Ray J. Deane,
Marketing Manager.

Conseil d'Administration - 1978

Président	Kenneth Crawford	Ontario
1 ^{er} Vice-président	Laurent Mercier	Québec
2 ^e Vice -présidente	Carol Teichrob	Saskatchewan
Directeur	James Pennington	Colombie Britannique
Directeur	Murray Brown	Alberta
Directeur	Cornelius Riediger	Manitoba
Directeur	George Slipp	Nouveau Brunswick
Directeur	John de Graaf	Nouvelle Ecosse

Ordre du Jour

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons

5^e Réunion Annuelle

Le 14 mars, 1979

Centre Ottawa - Holiday Inn

Salle Wellington

1. 8:30 a.m. - inscription et pause café
2. 9:30 a.m. - convocation et bienvenue
3. Mot du président
4. Confirmation des membres ayant droit de vote
5. Ratification de l'ordre du jour
6. Lecture des procès-verbaux de la 4^e réunion annuelle
7. Rapport de l'exécutif
8. Rapport du président du comité consultatif
9. Etats financiers
10. Présentation des budgets
11. Nomination des vérificateurs
12. 6^e réunion annuelle - les 19 et 20 mars, 1980
13. Mme June Menzies, présidente - N.F.P.M.C.
14. Ajournement

Salle South Ballroom

12:30 p.m. - déjeuner

- orateur invité - Hon. Eugene F. Whelan
Ministre de l'Agriculture

2:00 p.m. - panel - "Gestion nationale de l'approvisionnement dans
l'industrie de l'alimentation"

- président -M.S. Mitchell - directeur, division des volailles
-Ursula Patterson - C.A.C.
-Norman Riddell, Loblaws
-Wally T. Berry - Lilydale Poultry
-Mme Carol Teichrob - O.C.C.D.

Commentaires de clôture par le président.

Mot du Président

à la

5^e réunion annuelle de l'O.C.C.D.

Le 14 mars, 1979

L'année 1978 a semblée de courte durée. J'ai été honoré d'avoir été élu président de l'O.C.C.D. en mars dernier. Ce fut, et l'est encore, un défi de satisfaire les tâches journalières ainsi que les demandes de l'industrie et des gouvernements. Pour la première fois depuis sa création, l'O.C.C.D. a réalisé qu'il devait faire plus qu'établir les quote-parts et protéger ses membres contre l'importation. Nous avons réalisé qu'il fallait aider à développer des marchés pour notre produit, à reconnaître et évaluer les tendances du marché, le développement de nouveaux produits, les marchés régionaux et les différences dans la production parmi nos provinces membres.

Nous avons aussi réalisé que nous ne pouvions pas satisfaire les exigences de toute l'industrie avec l'administration actuelle. C'est pourquoi le conseil d'administration a retenu les services de P.S. Ross et Associés pour faire une évaluation de l'administration actuelle et faire rapport de leurs observations et recommandations. Le conseil a aussi obtenu des présentations de trois agences de publicité dans le but de mieux promouvoir notre produit.

A date nous avons accompli trois objectifs. Nous avons des nouveaux bureaux à Toronto, un personnel administratif capable de satisfaire les buts et objectifs de l'O.C.C.D. et nous avons retenu les services de Foster Advertising, une agence internationale, pour remplir nos besoins publicitaires de façon professionnelle. Je suis confiant que l'O.C.C.D. peut aujourd'hui regarder de façon positive vers un futur d'une industrie totale du dindon.

Cette année n'est pas passée sans voir des problèmes à l'intérieur de l'industrie ainsi que parmi nos provinces membres. Notre exécutif a dû faire face à des problèmes qui semblaient insurmontables. Nous avons dû réduire les quote-parts au début de 1978 à cause des stocks élevés et il est devenu très difficile de renverser ces réductions face aux lobbies de l'industrie. Après des ventes records dans les deux premiers mois, le marché de la saison de Noël est tombé suite à des hausses de prix au commerce de gros au début de novembre occasionnés par un supposé offre restreint. Les grossistes et courtiers ont fait pression pour la permission d'importer plus de produits. Il devient donc difficile de comprendre les stocks de vingt-deux millions de livres au 1er janvier, 1979.

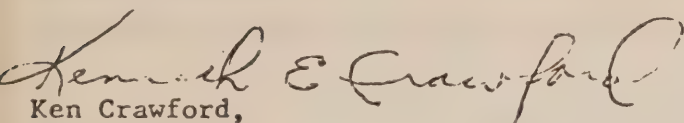
Je suis persuadé que nos confrères de l'industrie ont essayé de nous convaincre que vingt-deux millions de livre n'étaient pas suffisants pour satisfaire le marché Canadien. Nous devons prévenir de telles situations dans le futur.

En 1979 les membres de l'O.C.C.D. doivent s'unir et travailler en collaboration avec tous les segments de l'industrie pour assurer un approvisionnement de dindons et produits de dindons à un prix économique aux consommateurs canadiens. En vue des coûts et des approvisionnements des autres viandes nous avons une opportunité sans pareille de promouvoir l'usage de notre produit.

La restructuration de l'O.C.C.D. et les leçons que nous avons apprises permettront aux directeurs de remplir le mandat que lui confiera l'Office en 1979.

J'aimerais remercier personnellement les directeurs, les secrétaires-
gérants et les membres de l'exécutif pour leur co-opération et dévoue-
ment accordés à l'Office en 1978. Ce genre de dévouement permet une
gestion de l'approvisionnement au bénéfice de tous.

Respectueusement,


Ken Crawford,
Président.

Rapport fait à
L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
5^e réunion annuelle

Votre exécutif a décidé très tôt en 1978 de substituer le mot "défi" au mot "problème" et de travailler assiduellement toute l'année, pour votre bénéfice, de façon positive avec les situations existantes et nouvelles.

Nous désirons remercier le National Farm Products Marketing Council, les membres du comité consultatif, Agriculture Canada, le département de l'Industrie et Commerce, ainsi que les membres de l'industrie de la volaille en général pour leur co-opération dans notre travail vers les buts d'affermir la situation des producteurs dans un contexte d'une industrie totale vigoureuse ayant un potentiel de développement dans tous les secteurs. Nous signalons aussi les contributions des secrétaires-gérants provinciaux ainsi que tous ceux qui ont été membres des différents comités formés pour s'occuper de domaines particuliers.

Votre exécutif reconnaît que le temps et les talents de plusieurs individus ont contribué au progrès de l'Office Canadien de Commercialisation des Dindons durant l'année et en particulier nous reconnaissons la confiance et le support accordé par nos confrères membres de l'Office à l'exécutif qui a contribué ce qu'il pouvait au futur de l'industrie des dindons.

Respectueusement,

Les membres de l'exécutif.

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Etats Financiers

Pour l'exercice terminé le 31 décembre, 1978

Index

Rapport des Vérificateurs

Bilan	Etat "1"
Etat des Surplus	Etat "2"
Etat des Revenus et Dépenses - Fonds d'Exploitation	Etat "3"
Etat des Revenus et Dépenses - Fonds de Commercialisation	Etat "4"
Etat des Revenus et Dépenses Fonds de Promotion	Etat "5"
Notes se rapportant aux Etats Financiers	Etat "6"

FOREST GUENETTE CHAPUT

COMPTABLES AGRÉÉS - CHARTERED ACCOUNTANTS

Forest, C.A.
Guenette, B.A., C.A.
Chaput, B.A., C.A.
Blondeau, B.A., C.A.
Morissette, C.A.
Chaput, B.A., C.A.

262 RUE MARION
WINNIPEG, MANITOBA
R2H 0T7
233-8593

Rapport des Vérificateurs

Aux Membres du Conseil d'Administration de
L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation des Dindons au 31 décembre, 1978 ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

A notre avis ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office au 31 décembre, 1978 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent sauf pour le changement mentionné sur l'état "6", note "5".

Winnipeg, Manitoba
Le 29 janvier, 1979.

Forest Guenette Chaput
Comptables Agréés.

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Bilan

Au 31 décembre, 1978
(avec chiffres de 1977 pour comparaison)

<u>Actif</u>	<u>1978</u>	<u>1977</u>
<u>"FONDS D'EXPLOITATION"</u>		
actif à court terme		
en banque et encaisse	\$ 13,221.59	\$ 20,957.92
dépôts à terme	20,000.00	60,000.00
prélevées à recevoir	68,515.26	51,528.89
intérêts courus	62.46	231.17
autres comptes à recevoir	-	13.77
	<u>\$101,799.31</u>	<u>\$132,731.75</u>
<u>"FONDS DE COMMERCIALISATION"</u>		
actif à court terme		
en banque et encaisse	\$ 557.16	\$ 4,346.50
comptes à recevoir	1,451.00	-
assurances prépayées	1,372.50	2,360.00
stock de dindons	-	238,946.76
	<u>\$ 3,380.66</u>	<u>\$245,653.26</u>
<u>"FONDS DE PROMOTION"</u>		
actif à court terme		
en banque et encaisse	\$ 36,252.89	\$ -
dépôts à terme	260,000.00	32,632.67
comptes à recevoir	584.32	-
prélevées à recevoir	171,288.17	-
intérêts courus	1,612.53	-
pénalités de sur-commercialisation		
recevables, (note "2")	-	120,850.00
	<u>\$469,737.91</u>	<u>\$153,482.67</u>
<u>TOTAL DE TOUS LES FONDS</u>	<u>\$574,917.88</u>	<u>\$531,867.68</u>

Adopté au nom du Conseil D'Administration

Le Président

Le Secrétaire-Directeur

<u>Passif et Surplus</u>	<u>1978</u>	<u>1977</u>
<u>"FONDS D'EXPLOITATION"</u>		
passif à court terme		
comptes à payer	\$ 15,546.99	\$ 32,532.51
retenu sur salaires, à payer	1,009.27	873.24
	<u>16,556.26</u>	<u>33,405.75</u>
surplus (état "2")	85,243.05	99,326.00
	<u>\$101,799.31</u>	<u>\$132,731.75</u>
	=====	=====
<u>"FONDS DE COMMERCIALISATION"</u>		
passif à court terme		
comptes à payer	\$ 350.00	\$ 5,152.67
emprunt bancaire	-	260,000.00
	<u>350.00</u>	<u>265,152.67</u>
surplus (déficit) (état "2")	3,030.66	(19,499.41)
	<u>\$ 3,380.66</u>	<u>\$245,653.26</u>
	=====	=====
<u>"FONDS DE PROMOTION"</u>		
passif à court terme		
comptes à payer	\$ 99,191.48	\$ -
retenu sur salaires, à payer	519.34	-
	<u>99,710.82</u>	<u>-</u>
surplus (état "2")	370,027.09	153,482.67
	<u>\$469,737.91</u>	<u>\$153,482.67</u>
	=====	=====
<u>TOTAL DE TOUS LES FONDS</u>	<u>\$574,917.88</u>	<u>\$531,867.68</u>
	=====	=====

Référé dans le rapport de

Forest Guenette Chaput

Comptables Agréés

Daté le 29 janvier, 1979

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Etat des Surplus

Pour l'exercice terminé le 31 décembre, 1978
(avec chiffres de 1977 pour comparaison)

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
<u>"FONDS D'EXPLOITATION"</u>		
Surplus au début de l'année	\$ 99,326.00	\$ 114,986.90
Moins: déficit de l'année selon l'état "3"	<u>(14,082.95)</u>	<u>(15,660.90)</u>
Surplus à la fin de l'année	\$ 85,243.05	\$ 99,326.00
	<hr/>	<hr/>
<u>"FONDS DE COMMERCIALISATION"</u>		
Surplus (déficit) au début de l'année	\$(19,499.41)	\$ (1,938.66)
Plus: déficit de l'année selon l'état "4"	-	(17,560.75)
Moins: surplus de l'année selon l'état "4"	<u>22,530.07</u>	<u>-</u>
Surplus (déficit) à la fin de l'année	\$ 3,030.66	\$(19,499.41)
	<hr/>	<hr/>
<u>"FONDS DE PROMOTION"</u>		
Surplus au début de l'année	\$153,482.67	\$ 77,800.00
Plus:-pénalités de sur-commercialisation recevable (note "2")	-	120,850.00
-intérêt sur dépôt à terme	-	3,896.94
-surplus de l'année selon l'état "5"	<u>248,996.05</u>	<u>-</u>
	402,478.72	202,546.94
Moins:-pénalités de sur-commercialisation remboursées (note "2")	32,097.15	-
-intérêts sur pénalités de sur-commercialisation remboursées	354.48	-
-annonces et réclames, (note "5")	<u>-</u>	<u>49,064.27</u>
Surplus à la fin de l'année	\$370,027.09	\$153,482.67
	<hr/>	<hr/>
<u>TOTAL DE TOUS LES FONDS</u>	\$458,300.80	\$233,309.26
	<hr/>	<hr/>

Etat des revenus et dépenses - fonds d'exploitation

Pour l'exercice terminé le 31 décembre, 1978
(avec chiffres de 1977 pour comparaison)

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
Revenus		
prélevées des producteurs, (note "3")		
Colombie Britannique	\$ 23,504.26	\$ 18,792.43
Alberta	17,134.26	17,390.61
Saskatchewan	9,410.38	8,529.47
Manitoba	19,286.38	18,649.27
Ontario	105,231.57	92,216.34
Québec	57,316.69	48,178.55
Nouveau Brunswick	2,676.44	2,258.97
Nouvelle Ecosse	3,677.25	3,521.22
	<u>238,237.23</u>	<u>209,536.86</u>
Dépenses		
frais des directeurs et du conseil d'administration	72,789.67	42,904.17
salaires du personnel et avantages sociaux	39,225.83	35,389.69
honoraires du conseil d'administration	30,325.00	12,225.00
transféré au fonds de commercialisation	29,442.11	6,781.25
honoraires - légal	18,355.96	8,593.20
téléphone et télex	13,407.31	5,706.82
étude sur la gestion du bureau	13,205.22	-
frais du voyage du personnel	7,941.15	6,092.40
articles de bureau	5,921.17	3,398.14
vérification des coûts de production au Manitoba	5,590.85	-
loyer, électricité, taxes, (notes "4")	4,864.07	4,634.50
équipement de bureau	3,677.48	-
salles de réunions	3,039.87	659.38
allocation pour automobile	1,999.92	1,666.56
honoraires - vérification des comptes	1,500.00	1,511.90
dépenses de la présidente - comité consultatif	1,343.55	-
timbres et messageries	1,288.38	864.93
aide supplémentaire de bureau	928.20	-
étude des coûts de production	430.40	97,953.75
frais de traduction	274.65	-
autres frais, honoraires, abonnements	148.00	238.44
frais bancaires	69.52	-
annonces et réclames, (note "5")	-	2,867.58
programme de renseignement-La Fédération Canadienne de l'Agriculture	-	3,000.00
octrois et dons	-	1,000.00
	<u>255,768.31</u>	<u>235,487.71</u>
Solde avant les autres items	<u>(17,531.08)</u>	<u>(25,950.85)</u>
Autres items		
intérêts sur les dépôts à terme	3,385.13	4,924.05
licences	63.00	66.00
fonds reçus de la Fédération Canadienne du Dindon	-	5,299.90
	<u>3,448.13</u>	<u>10,289.95</u>
Déficit de l'année	<u>\$ (14,082.95)</u>	<u>\$ (15,660.90)</u>

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Etat des revenus et dépenses - fonds de commercialisation

Pour l'exercice terminé le 31 décembre, 1978
(avec chiffres de 1977 pour comparaison)

	<u>1978</u>	<u>1977</u>
Revenus		
vente du stock de dindons	\$415,885.15	\$ 90,248.31
Coût des ventes		
coût du stock de dindons vendu	<u>405,294.90</u>	<u>90,251.41</u>
Profit (perte) brut	<u>10,590.25</u>	<u>(3.10)</u>
Dépenses		
intérêts et frais bancaires	8,440.06	10,920.39
frais d'entreposage	7,113.73	11,913.51
assurances	1,598.50	1,200.00
honoraires - vérification des comptes	350.00	305.00
	<u>17,502.29</u>	<u>24,338.90</u>
Solde avant les autres items	(6,912.04)	(24,342.00)
Autres items		
fonds transférés du fonds d'exploitation	<u>29,442.11</u>	<u>6,781.25</u>
Surplus (déficit) de l'année	<u>\$ 22,530.07</u>	<u>\$(17,560.75)</u>

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Etat des revenus et dépenses - fonds de promotion

Pour l'exercice terminé le 31 décembre, 1978

Revenus

prélevées des producteurs (note "3")

Colombie Britannique	\$ 58,760.68
Alberta	42,835.38
Saskatchewan	23,670.40
Manitoba	48,216.00
Ontario	263,078.91
Québec	141,811.77
Nouveau Brunswick	6,691.11
Nouvelle Ecosse	9,165.62
	<hr/> 594,229.87

Dépenses

annonces et réclames	\$223,518.11	
compagne de vente	32,746.18	
promotion Holiday Inn	20,331.61	
étude du marché	18,197.50	
salaire du personnel et avantages sociaux	15,152.29	
frais de voyage du personnel	7,767.08	
présentations des agences de publicité	6,000.00	
expositions des restaurants et des aliments	5,620.00	
programme de renseignement-La Fédération Canadienne de l'Agriculture	5,000.00	
frais des directeurs et du conseil d'administration	4,845.18	
relations publiques	4,769.61	
frais du personnel provincial de promotion	4,307.95	
frais de déménagement du personnel	4,050.02	
honoraires du conseil d'administration	3,200.00	
honoraires - vérification des comptes	1,050.00	
autres frais, honoraires, abonnements	113.50	
timbres et messageries	103.49	
	<hr/> 103.49	356,772.52

Solde avant les autres items 237,457.35

Autres items

intérêts sur les dépôts à terme 11,538.70

Surplus de l'année \$248,996.05

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Notes se rapportant aux états financiers

Au 31 décembre, 1978

Note "1" Pratiques comptables

Les immobilisations sont rapportées lors de l'année d'achat. En 1978 l'Office a acheté de l'équipement de bureau au coût de \$3,677.48. Aucune immobilisation ne fut achetée en 1977.

Le stock des dindons est rapporté aux prix coûtant et tous les coûts d'entreposage, d'intérêt et d'assurance sont rapportés dans l'année où la dépense fut encourue. Il n'y avait aucun stock de dindons à la fin de 1978.

Note "2" Pénalités de sur-commercialisation

En vertu de l'Entente de Promotion de 1977, des pénalités de sur-commercialisation au montant de \$120,850.00 furent enregistrées comme recevables au 31 décembre, 1977. Ce montant avait été calculé selon les chiffres préliminaires fournis par Agriculture Canada.

Par la suite, Agriculture Canada a fourni les chiffres définitifs vérifiés et des remboursements de \$32,097.15 ont été effectués. Ces remboursements sont montrés sur l'état de surplus du fonds de promotion état "2".

Il n'y a aucune pénalité de sur-commercialisation pour 1978 puisque l'entente de promotion signée avec les offices provinciaux couvre la période du 2 janvier, 1978 au 31 décembre, 1979.

Note "3" Prélevées des producteurs

Une prélevée de 1/10 cents par livre de dindon vivants vendu fut imposée aux producteurs des provinces participantes en 1978 aux fins du fonds d'exploitation.

Une prélevée de 1/4 cents par livre de dindon vivants vendue fut imposée aux producteurs des provinces participantes en 1978 aux fins du fonds de promotion.

Note "4" Bail du bureau

En vertu d'une entente de bail, l'Office a une obligation contractuelle envers M. Joseph Weinstein. Le restant du terme du bail est de trois mois, jusqu'au 31 mars, 1979. Le montant de loyer dû est \$355.00 par mois pour un total de \$1,065.00.

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons
Winnipeg, Canada

Notes se rapportant aux états financiers

Au 31 décembre, 1978

Note "5" Dépenses de promotion

En 1977 les dépenses de promotion avaient été rapportées sur l'état des revenus et dépenses - fonds d'exploitation (état "3") comme suit:

dépenses totales encourrues	\$51,931.85
moins: portées contre le surplus du fonds de promotion, (état "2")	<u>49,064.27</u>
montant net selon état "3"	<u>\$ 2,867.58</u>

En 1978 les dépenses de promotion ont été rapportées sur l'état des revenus et dépenses - fonds de promotion (état "5").

Il n'y a donc aucun chiffre de 1977 pour comparaison sur l'état "5".

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons

Budget - 1979

Fonds D'Exploitation

	<u>Actuel 1978</u>	<u>Budget 1979</u>
Revenus		
Prélevées des producteurs	<u>\$238,237.</u>	<u>\$273,725.</u>
Dépenses		
Frais des directeurs et du conseil d'administration	72,790.	60,000.
Salaires du personnel et avantages sociaux	39,226.	55,820.
Honoraires du conseil d'administration	30,325.	20,000.
Transferts au fonds de commercialisation	29,442.	20,000.
Indemnités de cessation d'emploi	-	17,700.
Loyer, électricité, taxes	4,864.	17,225.
Honoraires - légal	18,356.	12,000.
Equipement de bureau et frais de déménagement	3,677.	10,000.
Frais de voyage du personnel	7,941.	8,000.
Téléphone et télex	13,407.	6,000.
Articles de bureau	5,921.	6,000.
Frais de traduction	275.	5,000.
Allocation pour automobile	2,000.	3,000.
Honoraires - vérification des comptes	1,500.	3,000.
Timbres et messagerie	1,288.	1,500.
Aide supplémentaire du bureau	928.	1,500.
Salles de réunions	3,040.	1,000.
Dépenses de la présidente - comité consultatif	1,344.	500.
Autres frais, honoraires et abonnements	148.	150.
Etude sur la gestion du bureau	13,205.	-
Vérification des coûts de production au Manitoba	5,591.	-
Divers	500.	-
	<u>255,768.</u>	<u>248,395.</u>
Solde avant les autres items	<u>(17,531)</u>	<u>25,330.</u>
Autres Items		
Intérêts sur les dépôts à terme	3,385.	3,000.
Licenses	63.	60.
	<u>3,448.</u>	<u>3,060.</u>
Surplus (déficit)	<u>\$ (14,083.)</u>	<u>\$ 28,390.</u>

L'Office Canadien de Commercialisation des Dindons

Budget - 1979

Fonds de Promotion

	Actuel 1978	Budget 1979
Revenus		
Prélevées des producteurs	\$594,230.	\$684,300.
Dépenses		
Annonces et réclames	271,349.	751,570.
Etude du marché	18,198.	30,000.
Promotion Holiday Inn et institutionnelle	20,332.	30,000.
Salaire du personnel et avantages sociaux	15,152.	27,500.
Matériel de promotion	-	23,000.
Présentation audio-visuels	-	10,000.
Développement de recettes	-	10,000.
Exposition des restaurants et des aliments	5,620.	10,000.
L'aviculteur Canadien	-	9,000.
Frais de voyage du personnel	7,767.	8,000.
Téléphone et télex	-	6,000.
Programme de renseignement-La Fédération Canadienne de l'Agriculture	5,000.	5,000.
Frais de déménagement du personnel	4,050.	4,050.
Frais des directeurs et du conseil d'administration	4,845.	2,000.
Honoraires du conseil d'administration	3,200.	2,000.
Honoraires - vérification des comptes	1,050.	2,000.
Timbres et messageries	103.	1,000.
Autres frais, honoraires et abonnements	114.	200.
	<u>356,780.</u>	<u>931,320.</u>
Solde avant les autres items	<u>237,450.</u>	<u>(247,020)</u>
Autres items		
Intérêts sur les dépôts à terme	11,539.	-
Surplus rapporté des années précédente	<u>121,031.</u>	<u>370,020.</u>
	<u>132,570.</u>	<u>370,020.</u>
Surplus rapporté aux années suivantes	<u>\$370,020.</u>	<u>\$123,000.</u>

Rapport du gérant de promotion

à la 5^e réunion annuelle de

l'Office Canadien de Commercialisation des Dindons

Le 14 mars, 1979

Votre gérant de promotion a voulu créer le lien entre vous, les producteurs, et les consommateurs.

Le but ultime de la promotion par l'O.C.C.D. est de diriger les capacités de production de façon à atteindre efficacement la réalisation maximum des demandes du consommateur.

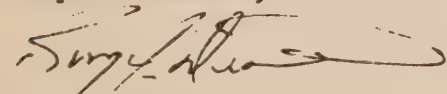
Il est une tâche essentielle de s'assurer que la demande et la production soient en harmonie en stimulant une consommation de plus en plus élevée.

A cette fin, votre gérant de promotion travaille à développer une base de faits et de connaissances que l'O.C.C.D. pourra se servir pour mesurer et contrôler les développements.

Les connaissances acquises ont permis le développement d'un plan national selon lequel des stratégies spécifiques de commercialisations ont été formées: la nomination d'une agence de promotion, Foster Advertising Limitée, pour exécuter nos plans, ainsi que des études pour assurer l'usage le plus efficace et effectif de nos dollars de promotion en vue d'augmenter la demande pour les produits.

Votre gérant de promotion désire remercier tous les segments de l'industrie pour la co-opération reçue, et en particulier les membres de l'Office pour leur support et confiance.

Respectueusement,



Ray J. Deane,
Gérant de promotion

CAI
DB 60
- A 56

Annual Report Rapport Annuel

1979



Turkey Dindon

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

Turkey Dindon

TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors	1
Agenda for Sixth Annual Meeting	2
Chairman's Report	3
General Manager's Report	7
Financial Report	10
1980 Budget	18
Economic Director's Report	20
Appendices	22

Turkey Dindon

1979 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mrs. Carol Teichrob	Saskatchewan
First Vice-Chairman	- Mr. Laurent Mercier	Quebec
Second Vice-Chairman	- Mr. Eike Futter	New Brunswick
Director	- Mr. James Pennington	British Columbia
Director	- Mr. Murray Brown	Alberta
Director	- Mr. Cornelius Riediger	Manitoba
Director	- Mr. Eugene Mailloux	Ontario
Director	- Mr. John deGraaf	Nova Scotia

C.T.M.A. STAFF

Mrs. Lise MacDonald	- Secretary
Mrs. Margaret Krowchuk	- Executive Assistant
Mr. David Thomson	- Director of Economic Research
Mr. George Gray	- General Manager



CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

SIXTH ANNUAL MEETING

MARCH 20, 1980 - 9:00 A.M.

RICHELIEU ROOM

SKYLINE HOTEL, OTTAWA, ONTARIO

A G E N D A

1. Call to Order
2. Approval of Agenda
3. Approval of Minutes of Fifth Annual Meeting
4. 1979 Report
5. Chairman's Report
6. Audited 1979 Financial Report - Proposed 1980 Budget
7. Marketing Report
8. Appointment of Auditors
9. Consultative Committee Chairman's Report
10. Confirmation of Voting Members
11. Chairman Declares C.T.M.A. Offices Vacant
12. Appointment of Interim Chairman
13. Election Procedures and Appointment of Scrutineers
14. Election of Officers for 1980
15. Mrs. June Menzies - Chair - National Farm Products Marketing Council
16. Other Business
17. Date for Seventh Annual Meeting
18. Adjournment



CHAIRMAN'S REPORT TO THE

SIXTH ANNUAL C.T.M.A. MEETING

MARCH 20, 1980

The year 1979, here in review, has been one of many changes within the Canadian Turkey Marketing Agency.

Physically, the location of our office was changed to Toronto from Winnipeg. The spacious, attractive headquarters provide the addition of a boardroom for the more efficient functioning of our committees and an excellent working atmosphere for our staff.

Administratively, we experienced a complete turnover and increase in staff from three in number to four, adding specific expertise in agricultural economics and maintaining capability in our two official languages.

Philisophically, I think we came a step further as a producer agency to recognizing the importance of our role within the poultry industry as a whole, and the fact that the entire food system can function only as well as any of its parts.

Internally, our members unanimously adopted a formula for sharing over-base quota allocation between our member provinces.

In committee, at staff and agency levels, we have given emphasis to refining the mechanics of forecasting demand for turkey in Canada and adjusting production quotas to accurately supply our market.

The continuing need for this work is indicated by the closing inventory of turkey in Canada on December 31, 1979, which was somewhat higher than anticipated.

I believe that a change in our quota allocation year-end from December 31 to a date further removed from the major markets of Thanksgiving and Christmas will provide some of the required flexibility.

In the area of imports, the staff of C.T.M.A. worked very hard in acting as a facilitator between buyers and sellers of turkey product in all categories to satisfy market requirements, turning applications for supplementary imports toward domestic product wherever possible.

We continue to exercise financial responsibility in the area of assuring that adequate product is available to the further processing trade, and at year-end owned approximately one-half million pounds of canner pack inventory.

C.T.M.A. in 1979 instituted programs which are making extensive life and property insurance coverage and benefits available to turkey producers at attractive premiums on a group basis for the first time.

In promotion and public relations, the Agency shifted its strategy of working through advertising agencies to that of in-house promotion. Extensive programs were carried out in 1979 and plans for 1980 are ambitious. It will be important to evaluate the effectiveness of past and present methods in order to plan for the future.

As one result of our financial contribution to the information program of the Canadian Federation of Agriculture, the text of a publication Marketing Turkey in Canada was prepared in 1979, in consultation with C.T.M.A. and is being printed for distribution in brochure form. This booklet will be an accurate reference for anyone seeking a clear understanding of the marketing system for turkey in Canada.

In 1979, C.T.M.A. began to collect data relative to all on-going research projects having implications for the turkey industry.

Beginning with a better awareness, we hope to monitor research efforts of federal and provincial governments, universities and private industry so that duplication can be avoided. Then, having established research priorities, our Agency can give consideration to funding worthy projects.

C.T.M.A. has been preparing since October of 1979 to answer the call of the National Farm Products Marketing Council for the first meeting of the signatories to the Federal-Provincial Agreement respecting the marketing of turkey in Canada since the inception of the Agency.

Drawing from the six years of experience and the concerns which have come to light in the practical application of the legislation which enables us to function as an Agency, we have consolidated every effort to ensure that the signatories meeting will be a constructive exercise for all concerned.

During 1979, on average, producers of turkey received prices for their product closer to their full costs than ever before. I see our input costs rising in 1980, due to the influence of higher energy, labour, feed and interest costs. While we realize that we must consider the price and supply of other meats which turkey must compete with on the retail shelf when we establish farm gate prices for turkey, we must remind ourselves that obtaining a fair return for our product based on cost of production is not simply self-serving. We have a responsibility to make sure that we can pay our bills to ensure that those who provide our inputs do not have to cut corners which could compromise the quality of our end product to the consumer.

Our aim in allocating quotas for supply using the most efficient production methods possible and setting prices accordingly is to provide a fair return to all segments of the industry.

The relocation of our office, the addition to our staff, the adoption of our philosophy to extend our efforts from supply management and import control to promotion, education, insurance and research are all important parts of our efforts to move further into the mainstream of the poultry industry.

However, I think that the beginning of 1980, a new decade, is an appropriate juncture in the evolution of agricultural marketing systems for us as Agency members to remind ourselves that the legislation which permits us to operate in this manner was hard won, and to reflect upon the conditions in our industry that motivated people with foresight and fortitude to develop and fight for the establishment of this legislation.


Their torch has been passed to us; to keep it alight, we have a responsibility to keep our own house in order as an Agency and to speak out in support of orderly marketing in all its forms in every accessible forum.

Rudyard Kipling said "If you can dream and not make dreams your master ... you'll be a man, my son".

If the dream of those who came before us, who worked and sacrificed was to give the producer a meaningful place within his industry, I say to you as members of the Canadian Turkey Marketing Agency, that producers must keep their feet on the ground, their shoulders to the wheel; we must maintain a sound perspective on the past in order to plan wisely for the future.

Then and only then can those dreams come true and our
producer agency come of age within a thriving and expanding poultry
industry.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in cursive script, reading "Carol Teichrob", written over a horizontal line.

Carol Teichrob (Mrs.)
Chairman
Canadian Turkey Marketing Agency



GENERAL MANAGER'S REPORT TO THE

SIXTH ANNUAL C.T.M.A. MEETING

MARCH 20, 1980

ADMINISTRATION

New premises in Brampton, Ontario, were occupied by C.T.M.A. on April 1, 1979. This move by the Agency provided an opportunity to plan office layout in order to ensure maximum efficiency, and provide for future needs for Agency personnel.

The staff of the Agency was completely changed. Personnel appointed reflected the desire by the Agency to provide members and the industry with economic working tools, together with a firm grasp of promotional effort and cost.

In 1978, the firm of P.S. Ross and Partners was engaged to do a study of the organization, information, and systems requirements of C.T.M.A. The general outline of this report has been followed, where applicable, in the re-organization of the Agency in order to provide maximum benefit to the industry.

MARKETING

Industry Relations

A strong continuing interface is being maintained with other segments of the industry, including the retail trade, in order to maintain turkey's share of consumer spending.

Many problems exist in this area due to the fact that the Canadian industry is slow to move away from the concept of selling a whole bird, which carries with it a high point of purchase retail unit cost.

Per capita consumption in the United States has risen in the last few years, buoyed by sharp increases in the sale of cut-up turkey, fresh turkey, and further processed turkey. Consumption in Canada, on the other hand, has remained relatively constant, primarily due to a reluctance to depart from presenting only a whole bird for sale to the consumer.

The introduction of the "Utility" Grade was originally a godsend for the turkey industry in that it provided a new sales image for turkeys other than "B" or "C" Grades which consumers tend to reject. The "Utility" Grade was well explained to the consumer, so that they were ready and willing to buy. Unfortunately, ready sale of "Utility" birds at lower prices negates the desire to transform these birds into cut-up form and, therefore, sales are lost to small families, people who want either dark meat, or white, but not both, and also to many because of whole bird unit cost. In addition, the presence of large quantities of "Utility" birds on the market at holiday periods detracts from the sale of Grade "A" birds, and affects the pricing of this product.

With all of the economic pressure which is bearing on our society today, efforts must be intensified to increase the offering of turkey to the public in a broken down, or further processed form. C.T.M.A. surveys show that in 1978, one third of all Canadian households never purchased a whole turkey, one third of households purchased a whole turkey once, and the balance of households purchased several turkeys during the year. The latter group were mainly households with children. As birth rates drop, so will turkey sales, unless it is available in smaller units.

Promotion

Efforts in 1980 will concentrate on national programs which are suited to the needs of the various areas of Canada.

Throughout the month of March, a nation-wide campaign with Zeller's "Skillet" restaurants will promote turkey restaurant meals.

Spin-off effects of this promotion will include adoption by other restaurant chains of turkey items in their menus. A concerted effort is being maintained by C.T.M.A. to this end.

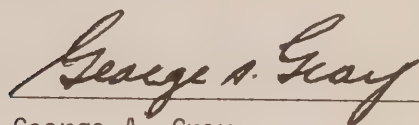
A national turkey premium campaign is being launched by C.T.M.A. to encourage the day-to-day sale of turkey. Labels redeemable under this program may come from a variety of products such as turkey t.v.-dinners, through the whole range of products to whole turkeys.

C.T.M.A. television commercials will start the week before Easter, and will run the weeks before each holiday week-end right up to Christmas.

Development and promotion of cut-up turkey recipes will continue throughout the year, with numerous releases to Food Editors of magazines and newspapers.

The promotional budget is presented in the Annual Report,
together with the 1979 financial statement.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in cursive script, reading "George A. Gray", written over a horizontal line.

George A. Gray
General Manager
Canadian Turkey Marketing Agency

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

YEAR ENDED DECEMBER 31, 1979

- 1 - AUDITORS' REPORT
- 2 - BALANCE SHEET
- 3 - STATEMENT OF EQUITY
- 4 - STATEMENT OF OPERATIONS
- 5 - SCHEDULE OF EXPENSES
- 6 - NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.
R. W. LOTT, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
A. PERROTTA, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of the Board
of The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1979 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the company as at December 31, 1979 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Robinson Lott & Brohman

Guelph, Ontario
February 28, 1980

Chartered Accountants.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
DECEMBER 31, 1979

A S S E T S

	1979	1978
CURRENT		
Cash	\$115,091	\$330,032
Accounts receivable (note 2)	203,203	243,514
Inventory	438,654	-
Prepaid expenses (note 3)	<u>19,757</u>	<u>1,373</u>
	\$776,705	\$574,919
FIXED (note 4)	<u>14,804</u>	<u>-</u>
	<u>\$791,509</u>	<u>\$574,919</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Bank loans (note 6)	\$608,654	\$ -
Accounts payable and accrued liabilities	<u>36,997</u>	<u>116,618</u>
	645,651	116,618
EQUITY	<u>145,858</u>	<u>458,301</u>
	<u>\$791,509</u>	<u>\$574,919</u>

See accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
DECEMBER 31, 1979

	1979	1978
BALANCE, beginning of year - Promotion fund	\$370,027	\$153,483
- Operating fund	85,243	99,326
- Marketing fund	<u>3,031</u>	<u>(19,499)</u>
	<u>458,301</u>	<u>233,310</u>
LESS - Excess of expenditure over revenue	(312,443)	-
- Refund of overmarketing penalties (note 7)	<u>-</u>	<u>(32,452)</u>
	<u>(312,443)</u>	<u>(32,452)</u>
	<u>145,858</u>	<u>200,858</u>
ADD - Excess of revenue over expenditure	<u>-</u>	<u>257,443</u>
BALANCE, end of year	<u>\$145,858</u>	<u>\$458,301</u>

See accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
YEAR ENDED DECEMBER 31, 1979

	1979	1978
REVENUE		
Promotion levies	\$ 669,333	\$ 594,230
Administration levies	267,734	238,237
Interest and licences	<u>9,125</u>	<u>14,987</u>
	<u>\$ 946,192</u>	<u>\$ 847,454</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Remuneration to officers and staff	104,104	89,903
Other administrative	83,439	72,605
Directors and staff travel	73,168	93,314
Relocation costs	<u>30,202</u>	<u>4,050</u>
	290,913	259,872
PROMOTION		
Advertising	849,937	223,518
Market research	30,240	18,197
Sales promotion	24,446	32,746
Public relations	18,695	4,770
Institutional promotion	16,298	20,332
Staff travel	14,970	7,767
Interest	8,035	-
Trade shows	4,105	5,620
Other promotions	<u>3,000</u>	<u>11,217</u>
	<u>969,726</u>	<u>324,167</u>
	<u>1,260,639</u>	<u>584,039</u>
LOSS ON ADMINISTRATION AND PROMOTION	(314,447)	263,415
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	265,284	415,885
Cost of turkeys sold	<u>260,358</u>	<u>405,295</u>
Gross profit	<u>4,926</u>	<u>10,590</u>
Other expenses		
Storage costs	14,780	7,114
Interest	8,542	8,440
Insurance	<u>1,542</u>	<u>1,008</u>
	<u>24,864</u>	<u>16,562</u>
LOSS ON SALES	(19,938)	(5,972)
OVERPRODUCTION PENALTY (note 8)	<u>21,942</u>	<u>-</u>
EXCESS OF EXPENDITURE OVER REVENUE, for the year	(<u>\$ 312,443</u>)	<u>\$ 257,443</u>

See accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
YEAR ENDED DECEMBER 31, 1979

	1979	1978
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 76,860	\$ 52,403
Directors fees	21,775	33,525
Employee benefits	<u>5,469</u>	<u>3,975</u>
	<u>\$104,104</u>	<u>\$ 89,903</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 21,493	\$ 21,256
Rent, taxes and utilities	15,840	4,864
Telephone and telex	15,405	13,407
Office supplies and expense	14,061	5,921
Office contract services	4,822	928
Postage and courier	3,961	1,288
Depreciation	3,701	3,677
Translations	1,765	275
Sundry administration	1,177	648
Consultative committee	882	1,344
Insurance	332	200
Office management study	-	13,205
Audit of Manitoba costs of production	<u>-</u>	<u>5,592</u>
	<u>\$ 83,439</u>	<u>\$ 72,605</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 62,368	\$ 81,943
Meeting rooms	5,937	3,040
Staff travel	4,399	7,941
Travel insurance	<u>464</u>	<u>390</u>
	<u>\$ 73,168</u>	<u>\$ 93,314</u>
RELOCATION COSTS		
Severance pay	\$ 19,150	\$ -
Staff moving expenses	4,730	4,050
Advertising for the general manager	3,549	-
Legal	<u>2,773</u>	<u>-</u>
	<u>\$ 30,202</u>	<u>\$ 4,050</u>
OTHER PROMOTION		
Canadian Federation of Agriculture		
- information program	\$ 3,000	\$ 5,000
Presentation by advertising agency	-	6,000
General	<u>-</u>	<u>217</u>
	<u>\$ 3,000</u>	<u>\$ 11,217</u>

See accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED DECEMBER 31, 1979

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a company established under the Farm Products Marketing Agencies Act and is primarily engaged in the promotion of turkey sales and regulation of turkey production across Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows.

INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at the acquisition cost. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged against revenue on the declining balance method for office equipment at 20% per annum and on the straight line basis for all leasehold improvements over the term of the five year lease.

Prior to December 31, 1978 all fixed asset expenditures were expensed when incurred. There were no significant fixed assets carried forward to the fiscal 1979 year.

COMPARATIVE FIGURES

The 1978 comparative figures have been restated to reflect the accounting change from several funds to one fund. The 1978 figures are comparable to the 1979 figures.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	<u>1979</u>	<u>1978</u>
Producer levies	\$181,261	\$239,804
Overproduction penalty	21,942	-
Other	<u>-</u>	<u>3,710</u>
	<u>\$203,203</u>	<u>\$243,514</u>

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
YEAR ENDED DECEMBER 31, 1979

3. PREPAID EXPENSES

	<u>1979</u>	<u>1978</u>
Promotion costs	\$ 15,900	\$ -
Insurance	1,947	1,373
Rent	<u>1,910</u>	<u>-</u>
	<u>\$ 19,757</u>	<u>\$ 1,373</u>

4. FIXED ASSETS

	<u>Asset Cost</u>	<u>Accumulated Depreciation</u>	<u>Net Book Value</u>
Furniture and office equipment	\$ 15,967	\$ 3,193	\$ 12,774
Leasehold improvements	<u>2,538</u>	<u>508</u>	<u>2,030</u>
	<u>\$ 18,505</u>	<u>\$ 3,701</u>	<u>\$ 14,804</u>

5. LEASE COMMITMENT

The company is committed under a lease for office premises to pay \$22,920 over the next twelve months and \$95,500 over the remaining term of the lease which expires in March 1984.

The company is also committed under other leases to pay \$8,980 over the next twelve months and \$11,069 over the remaining term of the leases.

6. BANK INDEBTEDNESS

The bank loan is secured by an assignment of the inventory and accounts receivable.

7. REFUND OF OVERMARKETING PENALTIES

Under the 1977 promotion agreement, overmarketing penalties of \$120,850 were recorded as receivable as at December 31, 1977 on the basis of Agriculture Canada preliminary figures. Upon receipt of the final Agriculture Canada audited figures for 1977 poundage, \$32,452 of penalties were refunded.

8. OVERPRODUCTION PENALTY

This penalty is levied under the 1978-1979 Promotion Agreement between the Agency and the Provincial Boards. The penalty is 10 cents a pound for each eviscerated pound of turkey produced in excess of the Provincial quota. These funds are to be used by the agency to promote turkey consumption.



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

PROPOSED BUDGET 1980

	1979 Actual	1980 Proposed Budget
<u>Revenue</u>		
Producer Levies	\$ 937,067.	\$
Licenses	62.	
Interest	9,063.	
	<u>\$ 946,192.</u>	<u>\$ 906,626.</u>
<u>Expenses</u>		
<u>Administrative</u>		
Staff Salaries	76,860.	68,000.
Staff Benefits	5,469.	7,100.
Staff Travel	4,399.	5,000.
Staff Moving Expenses	4,730.	-
Directors Fees	21,775.	20,000.
Directors & Managers Expense	62,368.	55,000.
Administrative Services	4,822.	-
Advertising for General Manager	3,549.	-
Severance Pay	19,150.	-
Professional Services	21,493.	20,000.
Meeting Rooms	5,937.	6,000.
Office Supplies and Expense	14,061.	11,250.
Telephone & Telex	15,405.	15,750.
Postage and Courier	3,961.	2,500.
Consultative Committee Expense	882.	1,000.
Translation	1,765.	3,000.
Rent and Premises	15,840.	17,250.
Sundry	1,177.	1,500.
Insurance	796.	1,250.
Legal Fees	2,773.	-
Transfer to Marketing		33,000.
	<u>\$ 287,212.</u>	<u>\$267,600.</u>

continued...

The Canadian Turkey Marketing Agency

Proposed Budget 1980 (continuation)

	1979 Actual	1980 Proposed Budget
Promotion		
Staff Travel	\$ 14,970.	\$ 8,000.
Staff Salaries	-	32,000.
Postage	-	2,500.
Office Supplies and Expense	-	3,750.
Rent and Premises	-	5,750.
Telephone and Telex	-	1,750.
Advertising	849,937.	-
Television Production	-	30,000.
Television Time		221,000.
Market Research	30,240.	33,000.
Trade Shows	4,105.	10,000.
Holiday Inn and Institutional	16,298.	15,000.
Canadian Federation of Agriculture - Information Program	3,000.	5,000.
Advertising Loan Interest	8,035.	6,000.
Zellers Promotion	-	68,000.
Scholarships	-	5,000.
Brochures	-	30,000.
Premium Campaign	-	50,000.
Sales Promotion	24,446.	-
Recipe Books	-	30,000.
Farm Papers Advertising	-	9,600.
Public Relations	18,695.	-
Total Promotion Expense	\$ 969,726.	\$ 566,350.
Total Administration Expense	\$ 287,212.	\$ 267,600.
	\$1,256,938.	\$ 833,950.
Surplus (deficit)	(\$ 310,746)	\$ 72,676.



ECONOMIC DIRECTOR'S REPORT TO THE

SIXTH ANNUAL C.T.M.A. MEETING

MARCH 20, 1980

The concept and practise of orderly marketing demands that supply management programs, such as the one for turkey, establish and sustain a viable industry that benefits the producer, processor, retailer and consumer. In order to assist in fulfilling this commitment, the Agency, in 1979, established within its organization an economic program.

The primary objective of the Agency's economic program is to provide both technical assistance and a continuing flow of reliable economic and statistical information to members in order to assist them in the decision-making process.

To attain this objective, the program in 1979 included the establishment and improvement of a number of weekly, monthly, quarterly and yearly economic bulletins and reports. Depending upon the needs of the members, the technical and informational material available from the Agency will continually be revised.

My first year as Director of Economic Research has proven to be very satisfying. The success of the economic program to date has been in a large part due to the contribution of ideas and thoughts from members and, in particular, the Agency's General Manager.

INFORMATIONAL MATERIAL

Monthly and Quarterly Producer, Wholesale and Retail Prices and Margins (Appendix I)

This series was established to quantitatively monitor pricing trends apparent in the marketing of turkey.

Competitive Meat Outlook (Appendix II)

Like most other meats, the consumption of turkey is to a large degree influenced by the quantity and price of other meats and meat products.

It is, therefore, essential when discussing the production and pricing of turkey to consider its position in the competitive meat market.

Forecasted Turkey Disappearance and Year-End Inventory

The introduction of forecasting models is part of the Agency's continuing responsibility to assist in the decision-making process.

Other

- Monthly Consolidated Costs of Production (Appendix III).
- Monthly Turkey Stocks, Supplies and Disappearance.
- Quarterly Fixed and Variable Cost Indices Updates.
- Weekly Livestock Commodity Price Sheets.
- Estimates of Provincial and National Producer Returns.
- Estimates of Provincial Producer Dollar Returns per Bird and per Pound.
- Various Production Information (Appendix IV).

PLANNING FOR 1980

- Improvements to the presentation method of economic material offered to members.
- Improvements to the I.S.L. presentation format (including graphs rather than detailed, hard to read tables).
- Summary of current economic research articles related to the domestic turkey industry.

Respectfully submitted,



David Thomson
Director of Economic Research
Canadian Turkey Marketing Agency

APPENDIX I

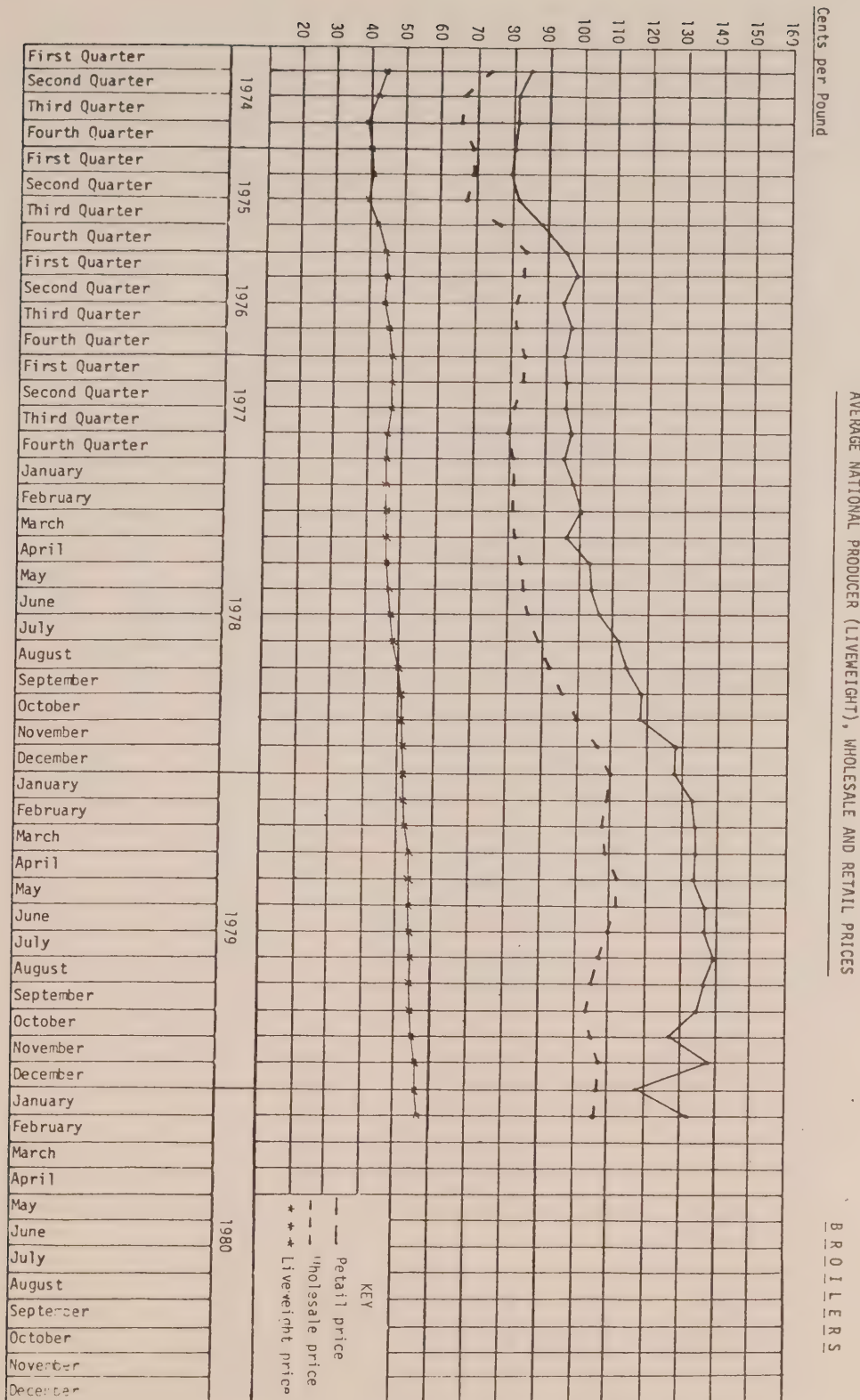
AVERAGE NATIONAL PRODUCER (LIVEWEIGHT), WHOLESALE AND RETAIL PRICES

The attached graphs detail the average national producer (liveweight), wholesale and retail prices for broilers, hens and toms from first quarter 1974 through to January 1980.

Seven cities, represented by Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Toronto, Montreal and Halifax, were chosen to reflect their respective provincial prices, with Halifax prices representing an estimate of Nova Scotia and New Brunswick turkey prices. A composite average of prices reported in the seven major centres determines the average national price levels.

These graphs are not an absolute assessment of price levels but are rather designed to reflect price trends over a number of years.

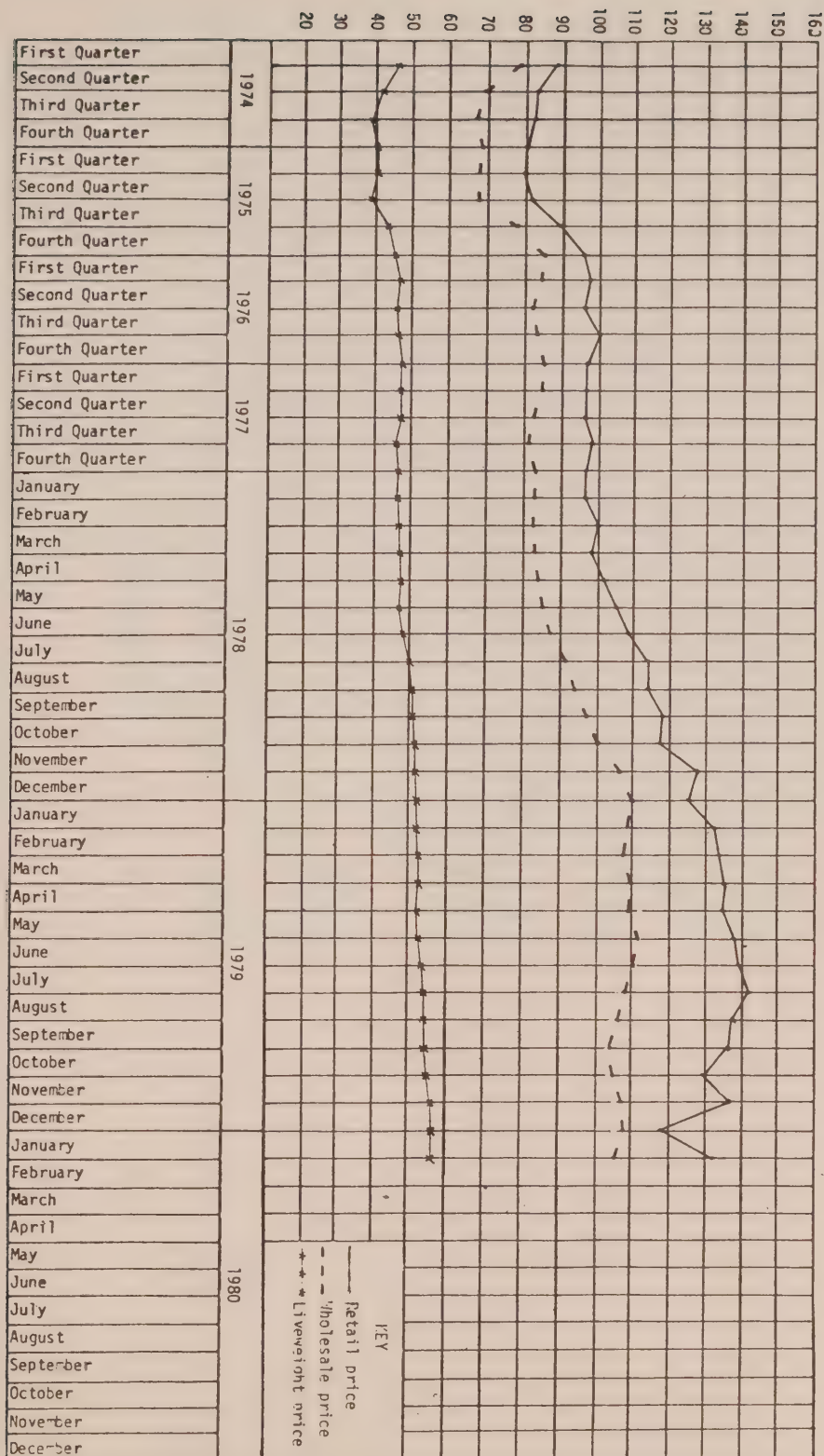
Pricing information was obtained from the Canada Department of Agriculture Poultry Market Reports.



Cents per Pound

AVERAGE NATIONAL PRODUCER (LIVELINE), WHOLESALE AND RETAIL PRICES

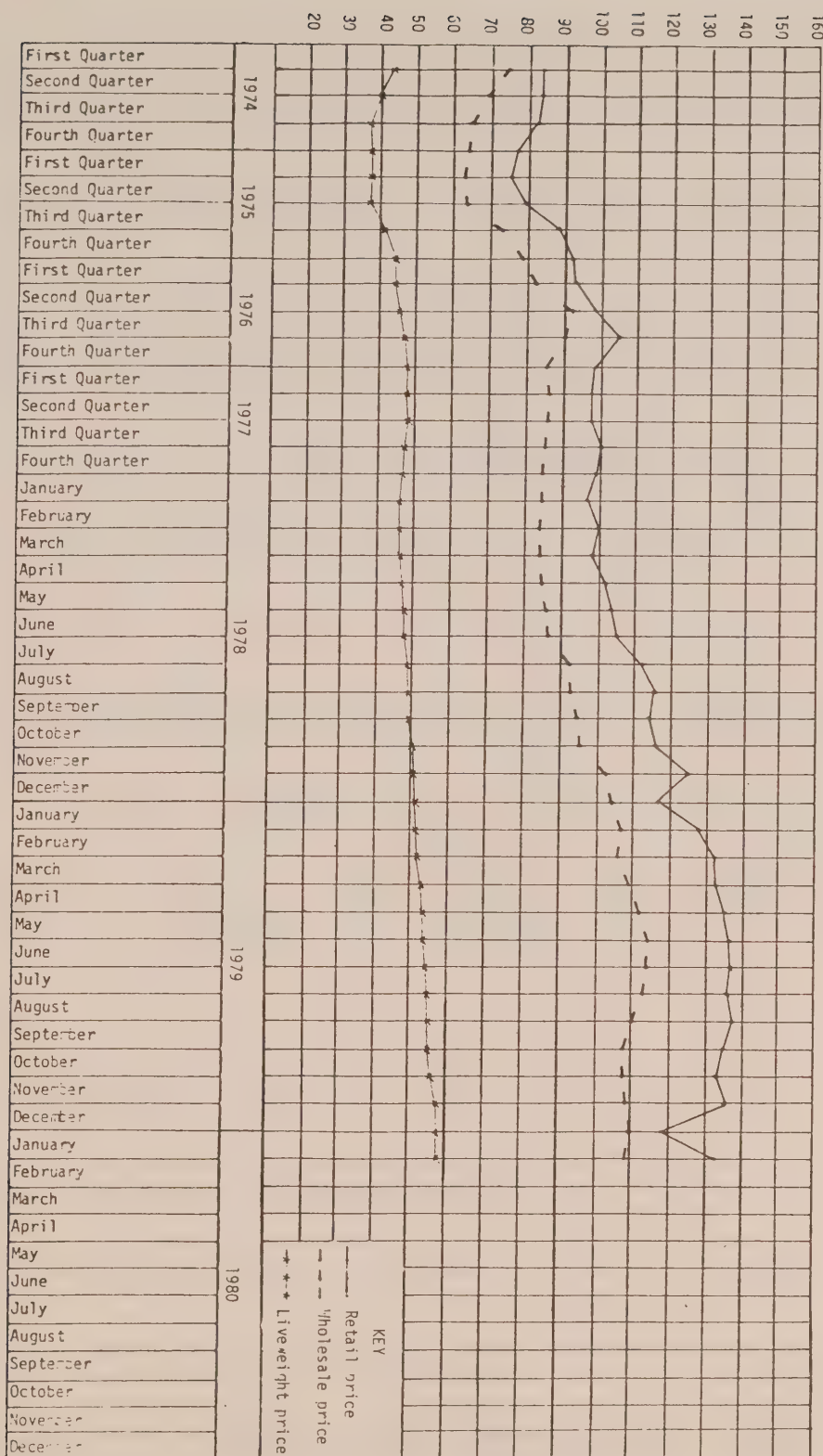
H E N S



Cents per Pound

AVERAGE NATIONAL PRODUCER (LIVETIMEIGHT), WHOLESALE AND RETAIL PRICES

I O M S



APPENDIX II

MARKET OUTLOOK TO FEBRUARY 18, 1980

Beef

- Domestic beef supplies should be five percent lower than in 1979.
- 1981 supplies are expected to be two to four percent higher than 1980 levels.
- Cow herds in 1980 are expected to exhibit only marginal herd rebuilding.
- The pork situation is keeping the lid on a rapid escalation of beef prices. However, we can expect over 1980 to see at least five to ten percent retail beef price increases, primarily owing to a stronger consumer demand in the latter half of 1980.
- Beef storage stocks:

<u>January 1, 1980</u>	<u>January 1, 1979</u>	<u>% Change</u>
56,200,000 lbs.	57,900,000 lbs.	- 2.9
- Per capita consumption:

<u>1976</u>	<u>1980</u>
113 pounds	86 pounds

Pork

- Peak in hog production is expected in March-June followed by moderate price improvements (mid \$60's/cwt Toronto) in the latter half of 1980.
- U.S. production is expected to be up eight to eleven percent over 1979 levels with the most of the increase in the first half of 1980.
- Pork stocks:

<u>January 1, 1980</u>	<u>January 1, 1979</u>	<u>% Change</u>
24,700,000 lbs.	26,000,000 lbs.	- 5.

Chicken

- 1980 quota set at 880 million pounds and under review versus 849 million pounds in 1979.
- Producer prices have increased marginally in 1980 with a stronger showing expected in the latter half of 1980.
- Consumer demand in 1980 is expected to remain strong and increase two to four percent over 1979 levels.
- Retail prices can be expected to increase marginally with the strongest showing in the latter half of the year.
- Storage stocks:

<u>January 1, 1980</u>	<u>February 1, 1980</u>	<u>February 1, 1979</u>
43,742,000 lbs.	40,054,000 lbs.	30,732,000 lbs.

Turkey - U.S. Situation

- Turkey production is expected to expand rapidly in the first half of 1980 with first quarter production about forty percent above year ago levels. Over the first half of 1980, U.S. production should be twenty-five percent above 1979 levels.
- Wholesale prices over the first half of 1980 will be ten to fifteen percent lower than in 1979. However, profit margin will remain positive.
- Slow production growth in latter 1980 will stimulate marginally higher prices.

Feed Grain

- The U.S. embargo of exports to the U.S.S.R. has had little impact on the world grain situation. Russia is buying the feed grain elsewhere and through intermediaries. Grain prices are expected to remain firm throughout 1980 with probable five percent rise in prices.

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
COST OF PRODUCTION - BROILER TURKEYS
IN CENTS PER POUND

APPENDIX III

ED AND VARIABLE
TS UPDATED TO

September 30, 1979

EFFECTIVE DATE

Consolidated Costs of Production: End of December 1979

PROVINCE	B.C.	ALTA	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.	N.B.	N.S.
PRODUCTION	29.72	32.52	30.36	30.27	29.21	31.92	34.04	34.10
FEEDS	9.54	7.39	9.11	8.90	9.00	8.39	8.51	9.41
FOUR	4.87	4.36	4.25	3.85	3.85	3.61	3.45	3.45
<u>PROD RELATED OVERHEAD</u>								
Energy	2.43	2.43	2.43	2.43	2.43	2.43	2.43	2.43
Litter	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55
Vaccination	.18	.18	.18	.18	.18	.18	.18	.18
Watchdog	.46	.46	.46	.46	.46	.46	.46	.46
Transportation	-	.94	1.53	.77	-	-	-	-
Built Insurance	.18	.18	.18	.18	.18	.18	.18	.18
<u>FIXED OVERHEAD</u>								
Rent	1.23	1.23	1.23	1.23	1.23	1.23	1.23	1.23
Insurance & Taxes	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85	.85
Administration	.64	.64	.64	.64	.64	.64	.64	.64
<u>DEPRECIATION</u>	2.10	2.05	2.05	2.01	1.96	1.92	2.05	2.05
<u>INTEREST</u>								
Working Capital	1.03	.99	1.02	.95	1.00	1.03	1.05	1.09
Long Term Debt	1.09	.87	.84	.84	.86	.80	.86	.84
<u>MARKETING BOARD LEVY</u>								
C.T.M.A.	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
Provincial	.65	.33	.50	.35	.375	.25	.65	.75
<u>TOTAL COST OF PRODUCTION</u>	55.87	56.32	56.53	54.81	53.13	54.80	57.48	58.56
<u>PRODUCER RETURN</u>								
Capital Employed	3.87	3.74	3.62	3.61	3.73	3.15	3.70	3.63
Risk of Flock Destruction	.69	.69	.71	.67	.66	.64	.70	.72
<u>TOTAL COP / PRODUCER RETURN</u>	60.43	60.75	60.86	59.09	57.52	58.59	61.88	62.91
<u>CURRENT MARKET -</u>								
Grade "A"		58.50	59.00	58.00				
Undergrade		53.50	54.00	53.00				
Ungraded	58.00				57.10	55.50	56.75	56.25

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
COST OF PRODUCTION - HEAVY TURKEYS
IN CENTS PER POUND

ED AND VARIABLE

TS UPDATED TO September 30, 1979

EFFECTIVE DATE _____

Consolidated Costs of Production: End of December 1979

VINCE	B.C.	ALTA	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.
D	34.47	39.25	34.85	34.70	34.41	39.65
LTS	6.11	5.21	5.85	5.69	5.50	5.55
OUR	3.92	3.51	3.42	3.10	3.10	2.91
P RELATED OVERHEAD nergy	1.15	1.15	1.15	1.15	1.15	1.15
itter	.63	.63	.63	.63	.63	.63
edication	.25	.25	.25	.25	.25	.25
atching	.40	.40	.40	.40	.40	.40
ransportation	-	.94	1.53	.77	-	-
ult Insurance	.18	.18	.18	.18	.18	.18
ED OVERHEAD lant	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
nsurance & Taxes	.75	.75	.75	.75	.75	.75
ministration	.75	.75	.75	.75	.75	.75
RECIATION	2.49	2.43	2.43	2.37	2.32	2.26
REST orking Capital	1.51	1.59	1.51	1.50	1.47	1.54
ng Term Debt	1.21	1.04	1.01	1.01	1.01	.95
ETING BOARD LEVY - C.T.M.A.	.35	.35	.35	.35	.35	.35
- Provincial	.65	.33	.50	.35	.375	.25
L COST OF PRODUCTION	56.02	59.96	56.76	55.15	53.85	58.77
UCER RETURN pital Employed	4.28	4.49	4.35	4.34	4.39	3.74
sk of Flock Destruction	.66	.71	.69	.66	.64	.66
L COP / PRODUCER RETURN	60.96	65.16	61.80	60.15	58.88	63.17
ENT MARKET - Grade "A"		57.50	59.00	57.00		
ns Undergrade		53.50	54.00	53.00		
Ungraded	60.00				56.00	55.75
ms Grade "A"		58.50	59.00	58.00		
Undergrade		56.50	56.00	55.00		
Ungraded	58.00				60.40	57.50

APPENDIX IV

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION (thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979**
B.C.	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASK.	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MAN.	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONT.	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUE.	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
N.B.	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
N.S.	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

** Preliminary

Provincial Percentage Share of Canadian Production:

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
Alta	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
Sask.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
Man.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
Ont.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
Que.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Rolling Four-Year Average Share of Canadian Production:

	1970-73 Market Share	1971-74 Market Share	1972-75 Market Share	1973-76 Market Share	1974-77 Market Share	1975-78 Market Share	1976-79 Market Share
B.C.	9.47	9.88	9.67	9.71	9.55	9.49	9.54
Alta	8.53	8.31	8.62	8.22	8.06	8.05	7.92
Sask.	3.67	3.65	3.75	3.70	3.64	3.72	3.72
Man.	8.35	8.32	7.93	7.92	8.07	8.03	8.33
Ont.	41.83	40.87	41.89	42.72	43.66	44.60	44.42
Que.	26.84	27.50	26.61	25.59	24.52	23.44	23.24
N.B.	.34	.37	.49	.70	.91	1.03	1.12
N.S.	.99	1.11	1.30	1.44	1.60	1.64	1.72
Canada	100	100	100	100	100	100	100

Save Turkey Packaging and Labels for Valuable Premiums

Save:

Labels from Turkey Bags
Labels from Turkey Parts
Labels from Turkey TV Dinners
Labels from Further Processed Turkey
Metal breast tag plus price label from fresh Turkeys

Salt & Pepper Shaker set (4" x 3-1/2") Unique Hand Crafted White Ceramic



without labels	\$9.00
one label	\$7.00
four labels	\$4.00
five labels	\$3.00

Set of 4 Libbey Glasses (11 oz.) with Turkey Characters

without labels	\$5.50
one label	\$4.50
two labels	\$3.50
four labels	\$2.50



Turkey T-Shirt
as pictured

without labels	\$5.00	each
one label	\$4.00	each
two labels	\$3.00	each
three labels	\$2.00	each



Cookie Jar (9" x 8") Unique Hand Crafted White Ceramic

without labels	\$30.00
one label	\$26.00
four labels	\$20.00
eight labels	\$10.00
ten labels	\$8.00



Set of 4 English Ironstone Mugs with Turkey Characters

without labels	\$8.50
one label	\$7.50
two labels	\$6.00
three labels	\$5.00



Napkin Rings - set of 6 (3" x 2-1/2") Unique Hand Crafted White Ceramic

without labels	\$12.00
one label	\$10.00
four labels	\$6.00
six labels	\$3.00

Turkey T-Shirt

Adult Sizes (check) S _____ M _____ L _____

Canadian Turkey
P.O. Box 430
Brampton, Ontario L6V 2L4

Please rush me the following premiums

Total amount enclosed \$ _____ (Ontario residents add 7% Sales Tax). If after receiving my order I am not satisfied, I may return it within 14 days and you will refund the full purchase price less postage and handling.

Allow 6 weeks for delivery.

I have enclosed _____ turkey labels.

Name _____

Address _____ Apt # _____

City _____ Province _____ Postal Code _____

Offer expires December 31, 1980

THE TURKEY NUTRITIONAL STORY

Not only is turkey delicious, economical, good for all age groups, and easy to prepare, it also has a high nutritional value . . .

- Turkey is one of the highest sources of protein. The meat of roasted turkey, as a whole, ranks higher in protein than any other cooked meat.
- Turkey meat is low in calories - A 3-1/2 oz. serving (100 grams) of roasted turkey meat contains:
light meat — 175 calories
dark meat — 204 calories
- Turkey is low in fat content.
- Turkey is extremely valuable in menus for overweight people, heart patients, and those on high protein diets.
- Turkey meat is of excellent nutritional value to growing children and to elderly people — all ages need high quality protein.

In 1980 look for Turkey Parts in your favourite store. You can now buy the Turkey Part you like best.

**FOR FREE TURKEY
RECIPE BOOK
WRITE -**

**TURKEY TIME
P.O. BOX 430
BRAMPTON, ONTARIO,
L6V 2L4**



*My
Best Friend
is a Turkey!*



*Take
a Turkey
to
Lunch!*



*Turkeys
need
Loving
too!*



*Turkey
Power!*

The Great 1980 Turkey Premiums





CANADIAN TURKEY





TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
Conseil d'Administration	1
Ordre du Jour - Sixième Réunion Annuelle	2
Rapport de la Présidente	3
Rapport du Gérant-Général	7
Rapport Financier	10
Budget 1980	18
Rapport du Directeur de la Recherche Economique	20
Annexes	22

Turkey Dindon

CONSEIL D'ADMINISTRATION 1979

Présidente	- Mme Carol Teichrob	Saskatchewan
Premier Vice-Président	- M. Laurent Mercier	Québec
Deuxième Vice-Président	- M. Eike Futter	Nouveau-Brunswick
Directeur	- M. James Pennington	Colombie-Britannique
Directeur	- M. Murray Brown	Alberta
Directeur	- M. Cornelius Riediger	Manitoba
Directeur	- M. Eugene Mailloux	Ontario
Directeur	- M. John deGraaf	Nouvelle-Ecosse

PERSONNEL DE L'O.C.C.D.

Mme Lise MacDonald	- Secrétaire
Mme Margaret Krowchuk	- Assistante administrative
M. David Thomson	- Directeur de la Recherche économique
M. George Gray	- Gérant-Général

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

SIXIÈME RÉUNION ANNUELLE

LE 20 MARS 1980 - 9:00 A.M.

SALLE RICHELIEU

HOTEL SKYLINE, OTTAWA, ONTARIO



O R D R E D U J O U R

1. Convocation
2. Approbation de l'ordre du jour
3. Approbation du procès-verbal de la cinquième réunion annuelle
4. Rapport 1979
5. Rapport de la Présidente
6. Rapport financier 1979 -- Budget proposé pour 1980
7. Rapport de promotion
8. Nomination des vérificateurs
9. Rapport du Président du Comité consultatif
10. Confirmation des membres ayant droit de vote
11. Présidente déclare les bureaux de l'O.C.C.D. vacants
12. Nomination du Président intérimaire
13. Procédures électorales et nomination des scrutateurs
14. Election du Conseil d'administration 1980
15. Mme June Menzies - Présidente - Conseil national de
commercialisation des produits de ferme
16. Autres
17. Date pour la septième réunion annuelle
18. Ajournement



L'année 1979, présentement en revue, a comporté plusieurs modifications au sein de l'Office canadien de commercialisation du dindon.

Physiquement, nos bureaux sont déménagés de Winnipeg à Toronto. Les quartiers généraux spacieux et attrayants possèdent une salle de conférences pour le fonctionnement efficace de nos Comités ainsi qu'une excellente atmosphère de travail pour notre personnel.

Du côté administration, nous avons remarqué un renversement complet ainsi qu'une augmentation de personnel, soit de trois à quatre personnes; ajoutant ainsi de l'expertise en économie avicole et maintenant nos capacités dans les deux langues officielles.

Du côté philosophie, je crois que nous avons effectué un pas à l'avant en tant qu'Office de producteurs en reconnaissant l'importance de notre rôle au sein de l'industrie avicole dans l'ensemble, ainsi que le fait que le système alimentaire global peut fonctionner efficacement si ses branches opèrent de même.

Au sein de l'Office, nos membres ont adopté, de façon unanime, une formule pour le partage des allocations contingentaires au-dessus de la base entre les provinces membres.

Dans les Comités ainsi qu'aux niveaux de l'Office et du personnel, nous nous sommes concentrés sur le raffinement des mécanismes projetant la demande pour le dindon au Canada, et avons de plus ajusté les contingents de production afin d'approvisionner notre marché adéquatement.

Le besoin constant pour ce genre de travail est démontré par la fermeture, au 31 décembre 1979, des inventaires de dindons au Canada. Ces derniers se sont montrés un peu plus élevés qu'anticipés.

Je suis d'avis qu'une modification à la fin d'année pour les allocations contingentaires, soit du 31 décembre à une date plus éloignée des marchés importants de l'Action de Grâce et de Noël, procurera la flexibilité requise.

En ce qui regarde les importations, le personnel de l'O.C.C.D. a travaillé de façon ardue, agissant à titre de médium entre les acheteurs et les vendeurs de produits de dindons de toutes catégories, afin de satisfaire les besoins du marché, acheminant les demandes d'importations supplémentaires vers le produit domestique, où possible.

Nous continuons d'exercer une responsabilité financière en nous assurant que du produit adéquat est disponible à l'industrie de transformation additionnelle; à la fin de l'année nous possédions approximativement 500,000 livres en inventaires de canner pack.

En 1979, l'O.C.C.D. a institué des programmes d'assurance-immobilière et d'assurance-vie pour les producteurs de dindons. Ces programmes englobent des primes alléchantes et sont offerts selon le principe de groupe pour la première fois.

En ce qui a trait à la promotion et aux relations publiques, l'Office a modifié sa stratégie, soit celle de travailler de concert avec des agences publicitaires pour une de promotion interne. Des programmes extensifs ont été mis en oeuvre en 1979 et les desseins pour 1980 sont ambitieux. Il sera important d'évaluer le rendement des méthodes antérieures et actuelles afin de planifier pour l'avenir.

Suite à notre contribution financière au programme d'information de la Fédération canadienne de l'agriculture, le texte d'une publication "Marketing Turkey in Canada" a été préparé en 1979 en consultation avec l'O.C.C.D. et sera imprimé pour distribution sous forme de pamphlet. Ce livret sera employé comme références précises pour quiconque cherche à comprendre clairement le système de commercialisation pour les dindons au Canada.

En 1979, l'Office a entrepris la compilation de renseignements relatant à tous les projets de recherche ayant des conséquences sur l'industrie du dindon.

Possédant ainsi une meilleure connaissance, nous espérons pouvoir surveiller les tentatives de recherche des gouvernements fédéral et provinciaux, des universités et de l'industrie privée afin d'éviter la duplication. Une fois les priorités de recherche établies, l'Office pourra alors considérer la création de projets valables.

L'O.C.C.D. a oeuvré activement depuis le mois d'octobre 1979 afin de répondre à l'appel du Conseil national de commercialisation des produits de ferme pour la première réunion, depuis la formation de l'Office, des signataires à l'Accord fédéral-provincial relatif à la commercialisation des dindons au Canada.

Compte tenu des six années de connaissances acquises ainsi que des soucis manifestés envers l'application pratique de la législation qui nous permet de fonctionner comme un Office, nous avons consolidé tous nos efforts afin d'être certains que la réunion des signataires soit un exercice constructif pour toutes les personnes concernées.

En général, au cours de l'année 1979, les producteurs de dindons ont obtenu des prix pour leurs produits beaucoup plus rapprochés à leurs coûts totaux que jamais auparavant. J'entrevois l'augmentation des coûts des composantes en 1980 à cause des prix plus élevés pour l'énergie, la main-d'oeuvre, la denrée alimentaire et l'intérêt. Bien que nous réalisons

que nous devons considérer le prix et la demande des autres viandes avec lesquelles la dinde doit faire compétition au niveau du détaillant quand nous établissons le prix à la ferme pour les dindons, nous devons nous souvenir que d'obtenir un retour raisonnable pour notre produit basé selon le coût de production n'est pas suffisant. Nous avons la tâche de faire certain que nous sommes en mesure de pouvoir acquitter nos dettes afin de rassurer nos fournisseurs qu'ils n'ont pas à couper les coins, ce qui compromettrait la qualité de notre produit final destiné au consommateur.

Notre but en attribuant des contingents, utilisant les méthodes de production les plus efficaces et établissant les prix en conséquence, est de pourvoir un retour raisonnable à tous les secteurs de l'industrie.

La relocalisation de nos bureaux, l'expansion de notre personnel, l'adoption de notre philosophie afin d'accroître nos efforts, à partir de la gestion des approvisionnements et du contrôle des importations jusqu'à la promotion, l'éducation, l'assurance et la recherche, sont toutes des parties essentielles dans nos tentatives d'avancement au sein de l'industrie avicole.

Toutefois, je crois que le début de cette nouvelle décennie est une jonction appropriée dans l'évolution des systèmes de commercialisation agricoles, pour nous en tant que membres de l'Office de nous rappeler que la législation nous permettant d'opérer a été difficilement gagnée. De plus, il ne faut pas oublier que se sont des personnes motivées et courageuses qui ont développé et combattu pour l'établissement de cette législation.

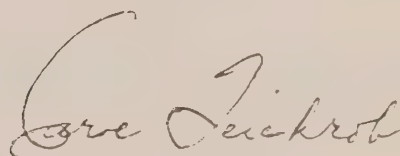
Leur flambeau nous a été transmis; pour le garder allumé, nous avons le devoir de maintenir notre propre maison à l'ordre en tant qu'Office, et d'exprimer de vives voix notre appui pour la commercialisation ordonnée sous toutes ses formes.

Rudyard Kipling a dit: "Si tu peux rêver et ne pas faire de tes rêves ton maître ... tu seras un homme, mon gars".

Si le rêve de ceux qui nous ont précédés, qui ont travaillé et sacrifié, était d'assurer au producteur une place valable au sein de l'industrie, je vous affirme, en tant que membres de l'Office canadien de commercialisation du dindon, que les producteurs doivent garder le pied ferme et les épaules au volant; nous devons maintenir une perspective solide sur le passé afin de planifier sagement pour l'avenir.

A ce moment-là seulement, ces rêves pourront devenir réalité et notre Office de producteurs devenir d'âge au sein d'une industrie avicole prospère et grandissante.

Respectueusement,

A handwritten signature in cursive script, reading "Carol Teichrob". The signature is written in dark ink and is positioned above a horizontal line.

Carol Teichrob (Mme)
Présidente
Office canadien de commercialisation
du dindon



ADMINISTRATION

Des nouveaux locaux, situés à Brampton, Ontario, ont été occupés par l'O.C.C.D. le 1^{er} avril 1979. Ce déménagement a fourni l'opportunité de planifier la disposition des bureaux afin d'assurer un rendement maximal ainsi que de prévoir aux besoins futurs pour le personnel de l'Office.

Le personnel de l'Office a totalement été changé. Les personnes appointées ont reflété le désir de fournir, aux membres de l'Office et à l'industrie, des outils économiques de travail en plus d'une emprise ferme sur les tentatives et les coûts reliés à la promotion.

En 1978, la firme de P.S. Ross et Associés a été contractée afin d'effectuer une étude sur l'organisation, l'information et les besoins systématiques de l'O.C.C.D. Les données générales de ce rapport ont été suivies dans la réorganisation de l'Office afin de fournir les bénéfices maximaux à l'industrie.

COMMERCIALISATION

Relations Industrielles

Une coopération continuelle est maintenue avec les autres secteurs de l'industrie, incluant le segment du détaillant, afin de conserver les consommateurs de dinde.

Dans ce cadre, plusieurs problèmes existent à cause de la lenteur de l'industrie canadienne à s'éloigner du concept de la vente d'oiseaux entiers, qui comporte un prix unitaire d'achat élevé au détail.

La consommation par habitant aux Etats-Unis a augmenté au cours des dernières années, soutenue par des hausses dans la vente de dindes en morceaux, de dindes fraîches, et de dindes de contionnement additionnel. Par contre, la consommation au Canada est demeurée relativement constante, particulièrement à cause de la vente d'oiseaux entiers seulement au consommateur.

L'introduction de la catégorie "utilité" a été une bénédiction pour l'industrie du dindon parce que celle-ci a fourni un nouveau concept de vente pour les dindons autres que les catégories "A" et "B" que les consommateurs ont tendances à rejeter. La catégorie "utilité" a été clairement expliquée au consommateur pour que ce dernier soit prêt et disposé à acheter. Malheureusement, la vente d'oiseaux de catégorie

"utilité" à des prix moins élevés nullifie le désir de transformer ces oiseaux sous forme de morceaux et, par conséquent, des ventes sont perdues à des petites familles, à des gens qui désirent de la viande brune ou blanche mais non les deux, et à plusieurs autres, à cause du prix unitaire d'un oiseau entier. De plus, la présence de grosses quantités d'oiseaux de catégorie "utilité" sur le marché pendant les périodes festives détourne la vente d'oiseaux de catégorie "A" et ainsi affecte le prix de ce produit.

Avec toutes les pressions économiques qui touchent notre société de nos jours, les tentatives doivent être intensifiées pour augmenter le choix de dindons au public sous forme découpée ou de conditionnement additionnel. Des études, effectuées par l'O.C.C.D., démontrent qu'en 1978 un tiers des foyers canadiens n'ont jamais acheté une dinde complète, un tiers des foyers ont acheté une dinde complète une fois seulement, et la balance des foyers ont acheté plusieurs dindes au courant de l'année. Le dernier groupe est principalement composé de foyers ayant des enfants. Comme le taux des naissances diminue, les ventes de dindes feront de même à moins qu'elles soient disponibles en plus petites portions.

Promotion

En 1980, les efforts seront concentrés sur des programmes d'envergure nationale et établis selon les besoins des différentes régions du Canada.

Pendant le mois de mars, une campagne nationale, de concert avec les restaurants Zeller's, fera valoir les mêts à la dinde dans les restaurants.

Les effets de lancement pour cette promotion engloberont l'adoption, par d'autres chaînes de restaurants, de repas à la dinde dans leurs menus. A cette fin, un effort concerté sera maintenu par l'O.C.C.D.

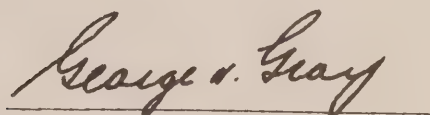
Une campagne nationale de primes de dinde est au stage de lancement par l'O.C.C.D. afin d'encourager la vente journalière de dindons. Les étiquettes remboursables sous ce programme peuvent parvenir d'une variété de produits tels que les dîners-t.v. à la dinde ou une dinde complète.

Les commerciaux de télévision de l'O.C.C.D. débiteront la semaine avant Pâques, et tourneront au cours des semaines avant chaque fin de semaine festive, jusqu'à Noël.

Le développement et la promotion de recettes pour la dinde en morceaux continueront au courant de l'année, avec de nombreux communiqués envoyés aux rédacteurs d'art culinaire de revues périodiques et de journaux.

Le budget de promotion est soumis dans le Rapport annuel,
accompagné des états financiers pour l'année 1979.

Respectueusement,

A handwritten signature in dark ink, reading "George A. Gray". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath it.

George A. Gray
Gérant-Général
Office canadien de commercialisation
du dindon

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ÉTATS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1979

1. RAPPORT DES VÉRIFICATEURS
2. BILAN
3. ÉTAT DES SURPLUS
4. ÉTAT DES REVENUS ET DÉPENSES
5. CÉDULE DES DÉPENSES
6. NOTES SE RAPPORTANT AUX ÉTATS FINANCIERS

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux membres du Conseil d'administration de
l'Office canadien de commercialisation du dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 1979 ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

A notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office au 31 décembre 1979 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Guelph, Ontario
Le 28 février 1980

Comptables Agréés

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
BILAN
AU 31 DÉCEMBRE 1979

A C T I F

	<u>1979</u>	<u>1978</u>
ACTIF À COURT TERME		
En banque	\$115,091	\$330,032
Comptes à recevoir (note 2)	203,203	243,514
Inventaire	438,654	-
Dépenses prépayées (note 3)	<u>19,757</u>	<u>1,373</u>
	\$776,705	\$574,919
IMMOBILISATIONS (note 4)	<u>14,804</u>	<u>-</u>
	<u>\$791,509</u>	<u>\$574,919</u>

P A S S I F

PASSIF À COURT TERME		
Emprunts bancaires (note 6)	\$608,654	\$ -
Comptes à payer et passif amassé	<u>36,997</u>	<u>116,618</u>
	645,651	116,618
SURPLUS	<u>145,858</u>	<u>458,301</u>
	<u>\$791,509</u>	<u>\$574,919</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES SURPLUS
AU 31 DÉCEMBRE 1979

	<u>1979</u>	<u>1978</u>
SURPLUS, au début de l'année		
- fonds de promotion	\$370,027	\$153,483
- fonds d'exploitation	85,243	99,326
- fonds de commercialisation	3,031	(19,499)
	<u>458,301</u>	<u>233,310</u>
MOINS		
- déficit de l'année	(312,443)	-
- pénalités de sur-commercialisation remboursées (note 7)	-	(32,452)
	(<u>312,443</u>)	(<u>32,452</u>)
	<u>145,858</u>	<u>200,858</u>
PLUS		
- surplus de l'année	<u>-</u>	<u>257,443</u>
SURPLUS, à la fin de l'année	<u>\$145,858</u>	<u>\$458,301</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES REVENUS ET DÉPENSES
AU 31 DÉCEMBRE 1979

	<u>1979</u>	<u>1978</u>
<u>REVENUS</u>		
Prélevés de promotion	\$669,333	\$594,230
Prélevés des producteurs	267,734	238,237
Intérêts et licences	<u>9,125</u>	<u>14,987</u>
	\$ 946,192	\$ 847,454
<u>DÉPENSES</u>		
<u>ADMINISTRATION</u>		
Salaires des directeurs et du personnel	104,104	89,903
Autres dépenses administratives	83,439	72,605
Frais de voyage des directeurs et du personnel	73,168	93,314
Frais de déménagement	<u>30,202</u>	<u>4,050</u>
	290,913	259,872
<u>PROMOTION</u>		
Annonces et réclames	849,937	223,518
Etude du marché	30,240	18,197
Campagne de vente	24,446	32,746
Relations publiques	18,695	4,770
Campagne institutionnelle	16,298	20,332
Frais de voyage du personnel	14,970	7,767
Intérêts	8,035	-
Expositions	4,105	5,620
Autres campagnes	<u>3,000</u>	<u>11,217</u>
	969,726	324,167
	<u>1,260,639</u>	<u>584,039</u>
<u>PERTE - ADMINISTRATION ET PROMOTION</u>	(314,447)	263,415
<u>COMMERCIALISATION DE DINDONS</u>		
Vente de dindons	265,284	415,885
Coût des ventes	260,358	405,295
Profit brut	<u>4,926</u>	<u>10,590</u>
Autres dépenses		
frais d'entreposage	14,780	7,114
intérêts	8,542	8,440
assurances	<u>1,542</u>	<u>1,008</u>
	<u>24,864</u>	<u>16,562</u>
<u>PERTE - VENTES</u>	(19,938)	(5,972)
<u>PÉNALITÉ DE SUR-COMMERCIALISATION</u> (note 8)	<u>21,942</u>	<u>-</u>
<u>DÉFICIT DE L'ANNÉE</u>	(\$ <u>312,443</u>)	(\$ <u>257,443</u>)

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
CÉDULE DES DÉPENSES
AU 31 DÉCEMBRE 1979

	<u>1979</u>	<u>1978</u>
<u>RÉMUNÉRATION AUX DIRECTEURS ET AU PERSONNEL</u>		
Salaires du personnel	\$ 76,860	\$ 52,403
Honoraires des directeurs	21,775	33,525
Avantages sociaux des employés	5,469	3,975
	<u>\$104,104</u>	<u>\$ 89,903</u>
<u>AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES</u>		
Honoraires pour services professionnels	\$ 21,493	\$ 21,256
Loyer, électricité, taxes	15,840	4,864
Téléphone et télex	15,405	13,407
Articles et équipements de bureau	14,061	5,921
Services de gestion	4,822	928
Timbres et messageries	3,961	1,288
Dépréciation	3,701	3,677
Frais de traduction	1,765	275
Frais divers	1,177	648
Comité consultatif	882	1,344
Assurances	332	200
Etude sur la gestion du bureau	-	13,205
Vérification des coûts de production au Manitoba	-	5,592
	<u>\$ 83,439</u>	<u>\$ 72,605</u>
<u>FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL</u>		
Frais de voyage des directeurs et gérants	\$ 62,368	\$ 81,943
Salles de réunions	5,937	3,040
Frais de voyage du personnel	4,399	7,941
Assurances de voyage	464	390
	<u>\$ 73,168</u>	<u>\$ 93,314</u>
<u>FRAIS DE DÉMÉNAGEMENT</u>		
Indemnités de cessation d'emploi	\$ 19,150	\$ -
Frais de déménagement du personnel	4,730	4,050
Annonces et réclames pour Gérant-Général	3,549	-
Honoraires - légal	2,773	-
	<u>\$ 30,202</u>	<u>\$ 4,050</u>
<u>AUTRES CAMPAGNES</u>		
Programme de renseignement - Fédération canadienne de l'agriculture	\$ 3,000	\$ 5,000
Présentations des agences de publicité	-	6,000
Général	-	217
	<u>\$ 3,000</u>	<u>\$ 11,217</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES SE RAPPORTANT AUX ÉTATS FINANCIERS
AU 31 DÉCEMBRE 1979

1. PRATIQUES COMPTABLES

L'Office canadien de commercialisation du dindon est un Office établi sous la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et est engagé principalement dans la vente de dindons et les règlements régissant la production des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organisations non-lucratives. Les pratiques sont les suivantes:

INVENTAIRES

Les inventaires consistent de dindons éviscérés et sont rapportés au prix coûtant. Les coûts d'entreposage, d'intérêt et autres sont rapportés dans l'année où la dépense est encourue.

IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont rapportées au prix coûtant. Toutes dépenses de réparation et de maintien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de solde déclinant pour l'équipement de bureau à vingt pourcent par année, et selon le principe horizontal pour toutes améliorations de bail au-dessus du terme de cinq ans.

Avant le 31 décembre 1978, toutes les dépenses immobilières ont été rapportées dans l'année où celles-ci ont été encourues. Aucune immobilisation importante n'a été reportée à l'année fiscale 1979.

CHIFFRES DE COMPARAISON

Les chiffres de comparaison 1978 ont été inclus afin de refléter la modification apportée à la méthode de comptabilité, soit de plusieurs à un fonds. Les chiffres 1978 sont comparables à ceux de 1979.

2. COMPTES À RECEVOIR

	1979	1978
Prélevés des producteurs	\$181,261	\$239,804
Pénalités de sur-production	21,942	-
Autres	-	3,710
	<u>\$203,203</u>	<u>\$243,514</u>

3. DÉPENSES PRÉPAYÉES

	1979	1978
Frais de promotion	\$15,900	\$ -
Assurances	1,947	1,373
Loyer	1,910	-
	<u>\$19,757</u>	<u>\$ 1,373</u>

4. IMMOBILISATIONS

	Coût	Dépréciation accumulée	Valeur nette au livre
Fournitures et équipements de bureau	\$15,967	\$ 3,193	\$12,774
Améliorations au bail	2,538	508	2,030
	<u>\$18,505</u>	<u>\$ 3,701</u>	<u>\$14,804</u>

5. BAIL DU BUREAU

En vertu d'une entente de bail, l'Office a une obligation contractuelle au montant de \$22,920 pour les douze prochains mois, et de \$95,500 pour le restant du terme du bail qui expire en mars 1984.

L'Office a également une obligation contractuelle en vertu d'autres baux au montant de \$8,980 pour les douze prochains mois, et de \$11,069 pour le restant du terme des baux.

6. EMPRUNTS BANCAIRES

Les emprunts bancaires sont protégés par la production des inventaires et des comptes recevables.

7. REMBOURSEMENT DE PÉNALITÉS DE SUR-COMMERCIALISATION

En vertu de l'Accord de promotion 1977, des pénalités de sur-commercialisation au montant de \$120,850 ont été enregistrées comme recevables au 31 décembre 1977 selon les chiffres préliminaires du Ministère fédéral de l'Agriculture. Après réception des chiffres finaux vérifiés du Ministère fédéral de l'Agriculture pour l'année 1977, \$32,452 en pénalités ont été remboursés.

8. PÉNALITÉS DE SUR-PRODUCTION

Cette pénalité est prélevée en vertu de l'Accord de promotion 1978-79 entre l'Office et les offices provinciaux. La pénalité est de dix cents la livre pour chaque livre éviscérée de dinde produite en surplus du contingent provincial. Ces fonds sont utilisés par l'Office afin de promouvoir la consommation de la dinde.

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BUDGET PROPOSÉ 1980



1979
Actuel

1980
Budget
Proposé

Revenus

Prélevés des producteurs	\$ 937,067	\$
Licences	62	
Intérêts	9,063	
	<hr/>	<hr/>
	\$ 946,192	\$ 906,626

Dépenses

Administration

Salaires du personnel	76,860	68,000
Avantages sociaux du personnel	5,469	7,100
Frais de voyage du personnel	4,399	5,000
Frais de déménagement du personnel	4,730	-
Honoraires des directeurs	21,775	20,000
Dépenses des directeurs et gérants	62,368	55,000
Services administratifs	4,822	-
Annonces et réclames pour Gérant-Général	3,549	-
Indemnités pour cessation d'emploi	19,150	-
Services professionnels	21,493	20,000
Salles de réunions	5,937	6,000
Articles et équipements de bureau	14,061	11,250
Téléphone et télex	15,405	15,750
Timbres et messageries	3,961	2,500
Comité consultatif	882	1,000
Frais de traduction	1,765	3,000
Loyer, électricité, taxes	15,840	17,250
Frais divers	1,177	1,500
Assurances	796	1,250
Honoraires - légal	2,773	-
Transfert au fonds de commercialisation		33,000
	<hr/>	<hr/>
Total des dépenses administratives	\$ 287,212	\$ 267,600

suite ...

Office canadien de commercialisation du dindon

Budget proposé 1980 (continuation)

	1979 Actuel	1980 Budget Proposé
<u>Promotion</u>		
Frais de voyage du personnel	\$ 14,970	\$ 8,000
Salaires du personnel	-	32,000
Timbres	-	2,500
Articles et équipements de bureau	-	3,750
Loyer, électricité, taxes	-	5,750
Téléphone et télex	-	1,750
Annonces et réclames	849,937	-
Production de commerciaux de télévision	-	30,000
Frais pour temps acheté - commerciaux		221,000
Etude du marché	30,240	33,000
Expositions	4,105	10,000
Holiday Inn et institutions	16,298	15,000
Programme de renseignement - Fédération canadienne de l'agriculture	3,000	5,000
Intérêts sur prêts de promotion	8,035	6,000
Promotion Zeller's	-	68,000
Bourses d'étude	-	5,000
Pamphlets	-	30,000
Campagne de primes	-	50,000
Campagne de vente	24,446	-
Livrets de recettes	-	30,000
Farm Papers	-	9,600
Relations publiques	18,695	-
Total des dépenses de promotion	\$ 969,726	\$ 566,350
Total des dépenses administratives	\$ 287,212	\$ 267,600
	<u>\$1,256,938</u>	<u>\$ 833,950</u>
<u>Surplus (déficit)</u>	(\$ 310,746)	\$ 72,676

Le concept et l'application de la commercialisation ordonnée requièrent que les programmes de gestion des approvisionnements établissent et maintiennent une industrie viable, favorable au producteur, au transformateur, au détaillant ainsi qu'au consommateur. L'Office a établi en 1979 un programme économique au sein de son organisation dans le but d'assister à l'accomplissement de cet engagement.

L'objectif principal du programme économique de l'Office est de pourvoir une assistance technique ainsi qu'un flot continu de renseignements économiques et statistiques aux membres afin de les aider dans le processus de délibérations.

Afin d'atteindre cet objectif, le programme 1979 a englobé la création et l'amélioration d'une variété de communiqués et de rapports économiques hebdomadaires, mensuels, trimestriels et annuels. Tout dépendant des besoins des membres, les renseignements ainsi que le matériel technique, disponibles de l'Office, seront continuellement révisés.

Ma première année en qualité de Directeur de la Recherche économique a prouvé très satisfaisante. Le succès à date du programme économique est en grande partie dû à la contribution d'idées et d'opinions des membres et, particulièrement, du Gérant-Général de l'Office.

RENSEIGNEMENTS DISPONIBLES

Prix et marges aux niveaux du producteur, du grossiste et du détaillant (mensuels et trimestriels)

Cette série de tableaux a été instituée afin d'analyser quantitativement les tendances de prix dans la commercialisation des dindons.

Perspective des viandes compétitives

Comme la plupart des autres viandes, la consommation de dinde est grandement influencée par la quantité et le prix des autres viandes. Par conséquent, il est essentiel de considérer la position du dindon sur le marché des viandes compétitives quand nous discutons la production et la fixation des prix pour ce produit.

Projections d'écoulements de dindons et inventaire de fin d'année

Afin d'aider dans le processus de délibérations, l'introduction de modèles pour la projection d'écoulements est une des responsabilités de l'Office.

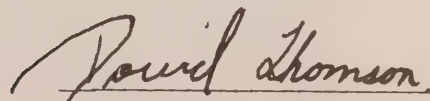
Autres

- Coûts de production mensuels consolidés
- Stocks, approvisionnements et écoulements mensuels de dindons
- Mises à jour trimestrielles des indices de coûts fixes et variables
- Sommaires des prix hebdomadaires pour bestiaux
- Estimés des retours national et provinciaux aux producteurs
- Estimés des retours monétaires provinciaux aux producteurs, par oiseau, la livre
- Maints renseignements concernant la production

EN PERSPECTIVE POUR 1980

- Améliorations à la méthode de présentation du matériel économique distribué aux membres
- Améliorations au format de présentation du rapport I.S.L. (incluant des graphiques au lieu de tableaux difficiles à lire)
- Sommaires d'articles de recherche économique courante concernant l'industrie domestique du dindon

Respectueusement,



David Thomson
Directeur de la Recherche économique
Office canadien de commercialisation
du dindon

Conservez les étiquettes et les emballages de dinde pour des primes de valeur

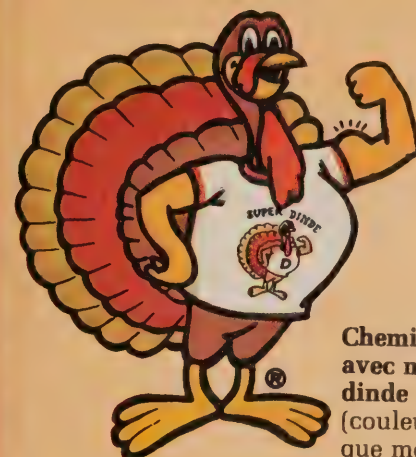
Conservez: Etiquettes des sacs de dinde
 Etiquettes de dinde en morceaux
 Etiquettes des dîners-t.v. à la dinde
 Etiquettes de dinde de conditionnement additionnel
 Boutons en métal sur les poitrines plus les étiquettes de prix des dindes fraîches

Ensemble de salière et poivrière blanches en céramique faites à la main (4" x 3-1/2")

Sans étiquette	\$9.00
Une étiquette	\$7.00
Quatre étiquettes	\$4.00
Cinq étiquettes	\$3.00

Ensemble de 4 verres Libbey avec motifs de dinde (11 onces)

Sans étiquette	\$5.50
Une étiquette	\$4.50
Deux étiquettes	\$3.50
Quatre étiquettes	\$2.50



Chemises sports avec motifs de dinde
 (couleur telle que montrée)

Sans étiquette	\$5.00 chacune
Une étiquette	\$4.00 chacune
Deux étiquettes	\$3.00 chacune
Trois étiquettes	\$2.00 chacune

Chemises sports avec motifs de dinde

Grandeurs P ____ M ____ G ____ (votre choix)

Dindon Canadien
 Case postale 430
 Brampton, Ontario
 L6V 2L4

Veillez me faire parvenir les primes suivantes:

Résidents de l'Ontario, ajoutez 7% de taxe provinciale: _____. Si après réception de ma commande, je ne suis pas satisfait, je peux la retourner dans les 14 jours qui suivent. Vous me rembourserez mon argent au complet moins les frais de poste et de manutention. Veuillez allouer six semaines pour livraison.

J'ai inclus _____ étiquettes de dinde.

Nom: _____

Adresse: _____ App: _____

Ville: _____ Province: _____

Code postal: _____

Cette offre expire le 31 décembre 1980

Ensemble de 4 tasses en ironstone de fabrication anglaise avec motifs de dinde

Sans étiquette	\$8.50
Une étiquette	\$7.50
Deux étiquettes	\$6.00
Trois étiquettes	\$5.00

Pot à biscuits blanc en céramique fait à la main (9" x 8")

Sans étiquette	\$30.00
Une étiquette	\$26.00
Quatre étiquettes	\$20.00
Huit étiquettes	\$10.00
Dix étiquettes	\$8.00

Ensemble de 6 anneaux à serviettes blancs en céramique faits à la main (3" x 2-1/2")

Sans étiquette	\$12.00
Une étiquette	\$10.00
Quatre étiquettes	\$6.00
Six étiquettes	\$3.00

LA DINDE — SA VALEUR NUTRITIVE

La dinde est non seulement délicieuse, économique, excellente pour tous les groupes d'âge et facile à préparer, mais elle possède également une valeur nutritive exceptionnelle.

- La dinde est un des aliments les plus riches en protéines. La chair d'une dinde rôtie possède, dans son ensemble, une plus forte teneur en protéines que toute autre viande cuite.
- La viande de dinde contient peu de calories. Une portion de 3-1/2 onces (100 grammes) de dinde rôtie contient:
Viande blanche — 175 calories
Viande brune — 204 calories
- La viande de dinde contient très peu de matières grasses.
- La dinde est extrêmement bénéfique dans les menus pour les personnes obèses, les cardiaques, ainsi que les gens qui suivent des régimes riches en protéines.
- La dinde est également excellente en valeur nutritive pour les enfants en pleine croissance ainsi que les personnes âgées. Tous les groupes d'âge requièrent des protéines de haute qualité.

En 1980, cherchez pour la dinde en morceaux dans votre magasin préféré. Vous pouvez maintenant acheter les morceaux de dinde que vous aimez le mieux.

Pour obtenir des livrets de recettes de dinde gratuits — veuillez faire parvenir votre demande à l'adresse ci-dessous:

Dindon Canadien
Case Postale 430
Brampton, Ont.
L6V 2L4



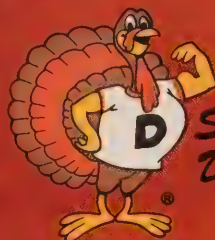
*La meilleure amie
de l'homme
c'est la Dinde*



*Sortez
votre Dinde
pour dîner*



*Les Dindes...
il faut
les aimer*

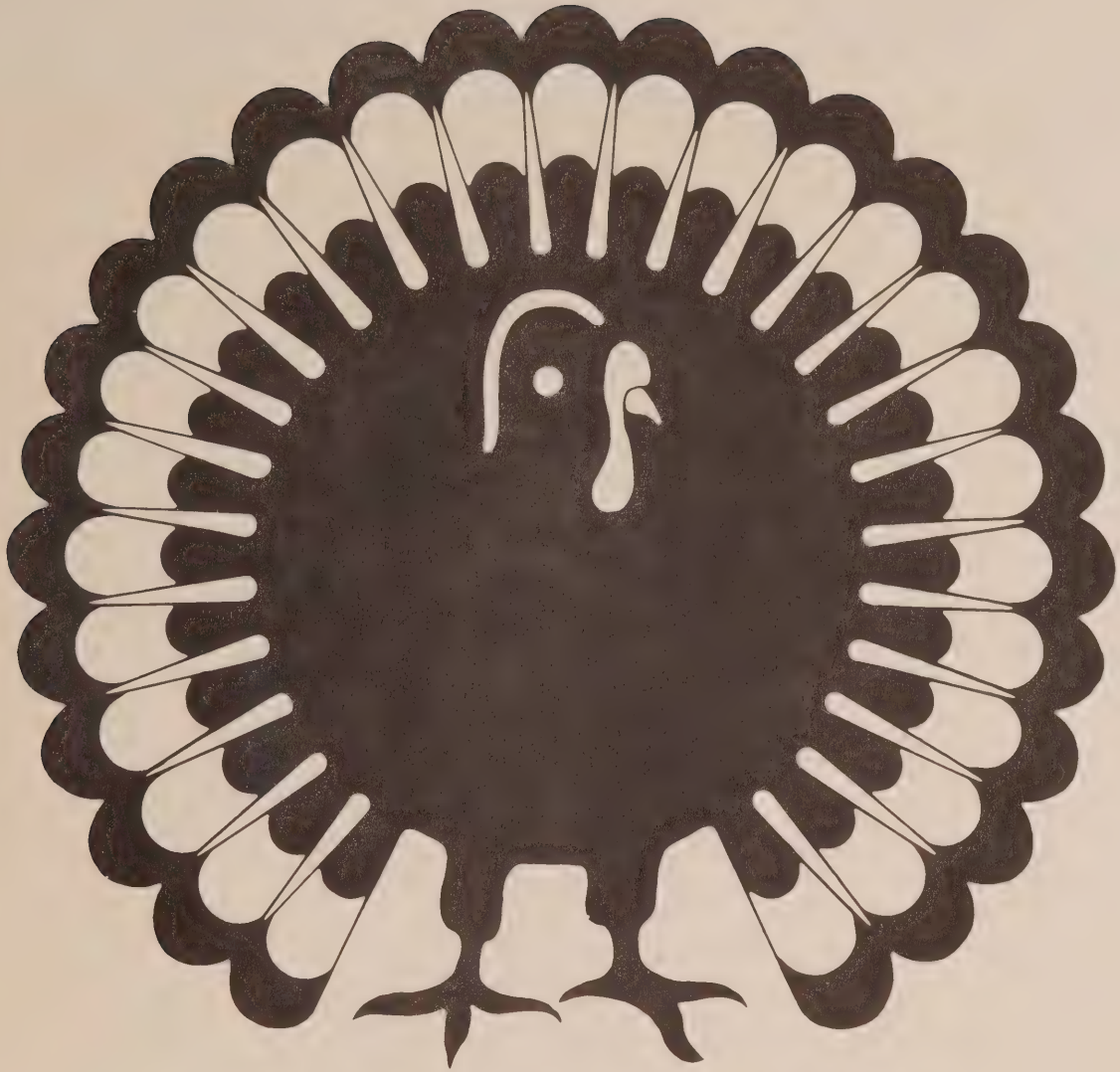


*Super
Dinde*



Le Grande Campagne Publicitaire de Primes de Dinde 1980





**DINDON
CANADIEN**



CAI
DB 60
- A 56

Annual Report Rapport Annuel

1980



Turkey Dindon

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON



CANADIAN TURKEY





TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors	1
Agenda for Seventh Annual Meeting	2
Chairman's Report	3
General Manager's Report	5
Financial Report	8
1981 Budget	16
Economic Director's Report	18
Appendices	20

Turkey Dindon

1980 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mr. Eike Futter	New Brunswick
Vice Chairman	- Mr. Laurent Mercier	Quebec
Executive Member	- Mr. James Pennington	British Columbia
Director	- Mr. Murray Brown	Alberta
Director	- Mrs. Carol Teichrob	Saskatchewan
Director	- Mr. Cornelius Riediger	Manitoba
Director	- Mr. Eugene Mailloux	Ontario
Director	- Mr. Dave Davies	Nova Scotia

C.T.M.A. STAFF

Mrs. Diane Stoneman	- Secretary
Mrs. Margaret Krowchuk	- Executive Assistant
Mr. Philip Boyd	- Director of Economic Research
Mr. George Gray	- General Manager

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

SEVENTH ANNUAL MEETING (49TH MEETING)

MARCH 18, 1981 - 1:00 P.M.

VICTORIA ROOM

SKYLINE HOTEL, OTTAWA, ONTARIO.



A G E N D A

1. Call to Order
2. Approval of Agenda
3. Approval of Minutes of Sixth Annual Meeting
4. 1980 Report
5. Chairman's Report
6. Audited 1980 Financial Report - Proposed 1981 Budget
7. Appointment of Auditors
8. Marketing Report
9. Confirmation of Voting Members
10. Chairman Declares C.T.M.A. Offices Vacant
11. Appointment of Interim Chairman
12. Election Procedures and Appointment of Scrutineers
13. Election of Officers for 1981
14. Other Business
15. Date for Eighth Annual Meeting
16. Adjournment



CHAIRMAN'S REPORT TO THE
SEVENTH ANNUAL C.T.M.A. MEETING
MARCH 18, 1981

I have the privilege of welcoming you to our Seventh Annual Meeting and hope you will all participate fully in the proceedings. I will present to you a short digest of the year 1980 and a preview of 1981, as I see it.

In 1980, we have tried to conclude some matters that have been unresolved by the Agency over a number of years; the main ones being primary breeder credit, base quota allocations, year-end change, pricing, and storage stocks. We have not resolved any of these items as yet, however, there is a better understanding by the members of these items and, on some, we are close to completion. Discussions will be ongoing in the future to finalize these areas of concern.

The past year has been a very difficult year economically for all segments of the industry. Input costs were, and are still, rising, and a downward pressure on live price for our product has been evident in many provinces, causing producers to receive prices well below their cost of production. Coupled with this dilemma, seven out of eight provinces have overproduced their allowed quotas. This was caused mainly by early placements, and marketings, in 1980, due to an anticipated year-end change. This problem was carried forward to the end of 1980, giving us a year-end storage of over 37 million pounds.

We are honouring our commitment to V.I.D.O. on Hemorrhagic Enteritis research. Also, we have had a good promotional program over the past year, using many different mediums, such as: T.V. with a free recipe book write-in, a premium campaign, trade shows, restaurant promotions, and an annual processors' award acknowledging achievements in cut-up and further processed turkey.

During the year, we met with the National Farm Products Marketing Council and the Canadian Poultry and Egg Processors' Council. We discussed with both bodies outstanding issues and our ongoing efforts to maintain a worthwhile supply management program for turkey. Some of these meetings were successful, others had limited success.

I can foresee that, in the future, we will still have pressure on the price and production of turkey at any reasonable national quota. Our product will be manipulated beyond the farmgate to suit profit motivations and consumer sales. This will occur between the categories of turkey and also other meats which are not under a supply management program. We will have very little control over this unless we take new initiatives in a united way.

Turkey Dindon

In my point of view, we should have closer liaison with farmer producers of other livestock. We should try to work through the Federation of Agriculture to get other sectors that are not under supply management, into the supply management system. This might be done by yearly meetings with the Executives of commodity marketing boards and agencies practicing supply management, livestock organizations, and the Federation.

It is my view also that we should be more involved in the direct marketing of turkey. This should be started on a small scale and increased gradually with our promotional program as a back-up, so as to achieve maximum value and impact from our promotional dollars. This could lead us to export sales. The Federal Department of Agriculture no doubt will help us achieve our objectives. The Canadian market in general seems to be filled. We can persuade the market to move in our favour with product innovation and competing with other products. We all know what that means - a zigzag on the price and production chart. Exportation becomes a strengthening factor. Since the wealth of the major countries is shifting to the more needy ones, they are able to purchase protein foods from abroad. We have the control of the best converter of gains to meat protein, and live in a country that is blessed with the back-up system required for making it all happen. We only have to resolve to get the turkey rolling.

Our Agency is a wonderful forum but, in my opinion, we are not using it to the fullest potential. We have the capabilities of making our decisions in consultation with the rest of the industry, and researching the alternatives. At times, we may have to forego some traditional provincial rights so that everyone's needs will be met to a degree for the benefit of all. This will bring greater stability in the marketplace and more rewards to the industry, due to more efficient production for the consumer's table. To achieve this, we have to communicate and plan more within the C.T.M.A. framework.

In closing, I would like to thank all the Managers for their support throughout the year, the Directors and Alternates for their effort and time spent on behalf of their fellow producers, and last but not least, the staff of C.T.M.A. for their support and willingness to work beyond regular hours. Without their support, my workload would have been excessive.

Respectfully submitted,



Eike Futter,
Chairman,
Canadian Turkey Marketing Agency



GENERAL MANAGER'S REPORT TO THE

SEVENTH ANNUAL C.T.M.A. MEETING

MARCH 18, 1981

ADMINISTRATION

C.T.M.A. staff continues serving the Canadian Turkey Industry in the myriad ways in which a National Agency was designed to function. Complement of staff has been maintained at four persons, with considerable overlap of specified duties. Additional duties handled by C.T.M.A. staff included handling recipe book requests directed to the Agency and administration and handling of the C.T.M.A. premium campaign. Two agency positions were filled with new personnel during the year, with the addition of Mrs. Diane Stoneman as Secretary, and Mr. Philip Boyd as Director of Economic Research.

MARKETING

The Agency continues to function as an effective liaison between various segments of the market, including producers, primary processors, further processors, wholesalers, brokers and retailers.

Considerable product was sourced during the year between various segments and, as a result, total turkey importation was limited to 3,696,774 pounds. This work on sourcing product was mainly in the supply of turkey and turkey meat to further processors, which resulted in a substantial market increase for these products.

Research conducted by C.T.M.A. in the spring of 1980 into relative deboned meat costs of various livestock, showed that, where live animals or birds enter the system at, or close to their cost of production, deboned turkey meat is cheaper than all other types. Similar studies in the U.S. and Europe, which have been reported since the C.T.M.A. study, bear out this fact.

This information has been sent to all packers in Canada, who process any type of luncheon meats. It is a fact as well that turkey meat is compatible with other meats vis-à-vis a blended product. Inspection services in Ottawa report a rapid increase in label registrations for turkey and turkey based products.

Several new mechanical turkey deboning lines were installed in Canada early in 1980. From a slow start, these lines have become full-time operations with all of the deboned meat finding ready markets.

Turkey Dindon

The transition in Canada, however, from the presentation of whole birds for retail sale to further processed products and parts, continues to lag behind developments in the U.S. and Europe and, as C.T.M.A. has stressed before, the demand for whole turkeys will continue to decline as it has in those areas. In the U.S., for the first two months of 1981, total turkey consumption is down 6%, but cut-up and further processed turkey consumption for the period is up, therefore, indicating a dramatic drop in whole bird consumption. It is now estimated in the U.S. that fully 70% of whole bird consumption takes place in the last quarter of the year. Current U.S. figures for 1980 indicate that 46% of total turkey tonnage consumed was in further processed and/or cut-up turkey.

C.T.M.A. PROMOTION

1980 C.T.M.A. promotion was designed to continue to promote the sale of whole turkeys and, at the same time, employ a promotional grouping designed to accelerate the breakdown of turkey into parts and further processed turkey.

Television was the media selected as the base for the year's promotion. Four English and two French commercials were produced. These commercials were run in eight provinces, throughout the weeks prior to every holiday weekend in Canada, or a total of seven weeks. Holiday weekends are recognized as a period when consumers are more likely to purchase whole turkey. Trailers were carried in the commercials advising viewers to write to their Provincial Turkey Marketing Boards for free recipe books.

Results of this offer were very encouraging and over 20,000 recipe books were sent out throughout Canada in response to written requests resulting from our T.V. commercials.

When recipe books were sent, C.T.M.A. premium brochures went out as well. These brochures offered turkey related products, such as ceramics, glasses, mugs and T-shirts. As a result of this offering, 3,431 premiums were sold to consumers in Canada in response to written requests accompanied by labels and cash.

Other promotional efforts included a major promotion with Zellers restaurants, participation in trade shows, a processor award program, which involved scholarship awards to students on behalf of processors exhibiting the most progress on marketing of cut-up and further processed turkey. These awards were won by Swift Canadian Co. Ltd., and Cuddy Foods Ltd., respectively.

C.T.M.A. participated in the development and production of a special turkey cookbook which was carried by Chatelaine Magazine nationally in December as an insert. Many favourable comments were received on this production.

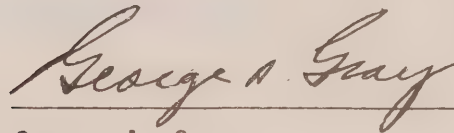
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY / L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

44 PEEL CENTRE DRIVE / SUITE 403, BRAMPTON, ONTARIO, CANADA L6T 4B5 / TELEPHONE (416) 792-3500

Turkey Dindon

To finish off 1980, C.T.M.A. actively promoted the inception of Canada's first full-service turkey restaurant in Guelph, Ontario. All work on menus, promotional material and public relations was directed by C.T.M.A.

Respectfully submitted,



George A. Gray,
General Manager,
Canadian Turkey Marketing Agency



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1980



ROBINSON, LOTT & BROHMAN

CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.
R. W. LOTT, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
A. PERROTTA, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1980 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

We have been unable to verify the overproduction contribution receivable and related income. These amounts are based on final Canada Department of Agriculture statistics for 1980 which are not available and are subject to possible adjustment under the forced majeure provisions of the Promotion Agreement (note 6).

In our opinion, except for any possible adjustment resulting from the calculation of the overproduction contribution, these financial statements present fairly the financial position of the Agency as at December 31, 1980 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Guelph, Ontario

March 5, 1981

Chartered Accountants.

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY / L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

44 PEEL CENTRE DRIVE / SUITE 403, BRAMPTON, ONTARIO, CANADA L6T 4B5 / TELEPHONE (416) 792-3500



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1980

A S S E T S

	1980	1979
CURRENT		
Cash	\$ 100	\$115,091
Accounts recievable (note 2)	395,888	203,203
Inventory	128,642	438,654
Prepaid expenses (note 3)	34,706	19,757
	<u>559,336</u>	<u>776,705</u>
FIXED (note 4)	11,741	14,804
	<u>\$571,077</u>	<u>\$791,509</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Bank overdraft	\$ 47,894	\$ -
Accounts payable and accrued liabilities	107,011	36,997
Bank loans	-	608,654
	<u>154,905</u>	<u>645,651</u>
EQUITY	416,172	145,858
	<u>\$571,077</u>	<u>\$791,509</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1980

	1980	1979
EQUITY, beginning of year	\$145,858	\$458,301
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE	<u>270,314</u>	<u>-</u>
	416,172	458,301
EXCESS OF EXPENDITURE OVER REVENUE	<u>-</u>	<u>(312,443)</u>
EQUITY, end of year	<u>\$416,172</u>	<u>\$145,858</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1980



	1980	1979
DUPLICATE		
Producer levies	\$ 919,217	\$ 937,067
Interest and licences	48	9,125
	<u>919,265</u>	<u>946,192</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Remuneration to officers and staff	123,257	104,104
Other administrative	94,953	83,439
Directors and staff travel	82,181	73,168
Relocation costs	-	30,202
	<u>300,391</u>	<u>290,913</u>
PROMOTION		
Advertising	282,141	849,937
Institutional promotion	77,099	16,298
Sales promotion	31,743	24,446
Market research	30,089	30,240
Trade shows	7,983	4,105
Interest	7,732	8,035
Staff travel	6,096	14,970
Information program	5,000	3,000
Scholarships	4,259	-
Public relations	-	18,695
	<u>452,142</u>	<u>969,726</u>
	<u>752,533</u>	<u>1,260,639</u>
VALUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>166,732</u>	<u>(314,447)</u>
SALES OF TURKEYS (note 8)		
Value of turkeys	531,685	265,284
Cost of turkeys sold	<u>550,254</u>	<u>260,358</u>
Gross profit (loss)	<u>(18,569)</u>	<u>4,926</u>
OTHER EXPENSES		
Storage costs	46,983	14,780
Interest	67,716	8,542
Commissions	829	-
Insurance	581	1,542
	<u>116,109</u>	<u>24,864</u>
NET ON SALES	<u>(134,678)</u>	<u>(19,938)</u>
PRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 6)	<u>238,260</u>	<u>21,942</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE, for the year	<u>\$ 270,314</u>	<u>(\$ 312,443)</u>

see accompanying notes



THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1980

	1980	1979
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 98,426	\$ 76,860
Directors' fees	17,425	21,775
Employee benefits	7,406	5,469
	<u>\$123,257</u>	<u>\$104,104</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Rent, taxes and utilities	\$ 24,159	\$ 15,840
Professional fees	21,906	18,493
Office supplies and expense	17,472	14,061
Telephone and telex	13,159	15,405
Postage and courier	4,803	3,961
Audit	3,350	3,000
Depreciation	3,063	3,701
Translations	2,808	1,765
Office contract services	1,945	4,822
Sundry administration	1,624	1,177
Insurance	393	332
Consultative committee	271	882
	<u>\$ 94,953</u>	<u>\$ 83,439</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 63,056	\$ 62,368
Staff travel	13,807	4,399
Meeting rooms	4,545	5,937
Travel insurance	773	464
	<u>\$ 82,181</u>	<u>\$ 73,168</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1980



OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

a) INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at net realizable value which is less than cost. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

b) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged against revenue on the declining balance method for office equipment at 20% per annum and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

ACCOUNTS RECEIVABLE

	1980	1979
Producer levies	\$143,638	\$181,261
Overproduction contributions	238,260	21,942
Turkey sales	<u>13,990</u>	<u>-</u>
	<u>\$395,888</u>	<u>\$203,203</u>

REPAID EXPENSES

	1980	1979
Promotion costs	\$ 31,925	\$ 15,900
Insurance	2,781	1,947
Rent	<u>-</u>	<u>1,910</u>
	<u>\$ 34,706</u>	<u>\$ 19,757</u>

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1980



FIXED ASSETS

	1 9 8 0		1979
	ACCUMULATED	NET BOOK	NET BOOK
ASSET COST DEPRECIATION	VALUE	VALUE	VALUE
Furniture and office equipment	\$ 15,967	\$ 5,748	\$ 10,219
Leasehold improvements	2,538	1,016	1,522
	<u>\$ 18,505</u>	<u>\$ 6,764</u>	<u>\$ 11,741</u>
			<u>\$ 14,804</u>

LEASE COMMITMENT

The Agency is committed under a lease for office premises to pay \$22,920 over the next twelve months and \$72,580 over the remaining term of the lease which expires in March 1984.

OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

This sum was assigned to the Agency under the 1980 Promotion Agreement between the Agency and the eight provincial producer marketing boards. The Promotion Agreement provided for a penalty of \$.05 per pound for each pound of turkey meat produced in a province in excess of the provincial allotment agreed to under the Promotion Agreement. The Promotion Agreement provides that these funds are to be used by the Agency to promote the consumption of turkey in Canada.

The overproduction contribution is based on the final Canada Department of Agriculture Statistics. Adjustments may be required to the contribution to correct for any error in the preliminary statistics and for claims under the forced majeure provision of the Promotion Agreement.

COMMITMENTS

The Agency has pledged a donation of \$100,000 to the Veterinary Infectious Disease Organization for research into hemorrhagic enteritis to be paid in 1981.

The Agency has entered into a contract of \$175,000 for a cost of production study to commence in 1981.

MARKETING OF TURKEY

The gross margin loss from the marketing of turkey resulted from the sales and returns of canner pack turkey. A gross profit was realized on the sale of Grade A cryovac turkey.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

PROPOSED BUDGET 1981



	1980 ACTUAL	1981 PROPOSED BUDGET
<u>Revenue</u>		
Producer Levies	\$ 919,217.	\$ 846,958.
Licences	48.	48.
Overproduction Penalties	238,260.	
	<u>\$1,157,525.</u>	<u>\$ 847,006.</u>

Expenses

Administrative

Staff Salaries	\$ 64,792.	\$ 72,000.
Staff Benefits	7,122.	7,150.
Staff Travel	13,807.	14,000.
Directors' Fees	17,425.	20,000.
Directors' and Managers' Expenses	63,056.	60,000.
Office Contract Services	1,945.	1,000.
Professional Services	25,256.	25,000.
Meeting Rooms	4,545.	5,000.
Office Supplies and Expense	13,104.	12,000.
Telephone and Telex	11,843.	12,000.
Postage and Courier	2,401.	2,500.
Consultative Committee Expense	271.	1,000.
Translation	2,808.	3,000.
Rent and Premises	18,119.	20,000.
Sundry Administrative Expense	1,624.	1,600.
Insurance	1,450.	1,450.
Depreciation Expense	3,063.	3,000.
Transfer to Marketing	134,678.	20,000.
	<u>\$ 387,308.</u>	<u>\$ 280,700.</u>
Total Administrative Expense		

** Extraordinary Fiscal Expenditures

V.I.D.O. Research	\$ 100,000.
C.O.P. Study	175,000.
	<u>\$ 275,000.</u>

** V.I.D.O. research constitutes a specific study on hemorrhagic enteritis disease in turkeys being conducted by Veterinary Infectious Disease Organization of Saskatoon.

A study on Cost of Production has been authorized by C.T.M.A. Directors to be finalized in 1981 based on 1980 results. The amount budgeted reflects possible maximum costs.

The Canadian Turkey Marketing Agency

Proposed Budget 1981 (continuation)



	1980 Actual	1981 Proposed Budget
<u>Promotion</u>		
Staff Travel	\$ 6,096.	\$ 8,000.
Staff Salaries	33,634.	35,000.
Postage	2,402.	2,500.
Office Supplies and Expense	4,368.	3,750.
Rent and Premises	6,040.	5,750.
Telephone and Telex	1,316.	1,750.
Television Production	21,080.	70,000.
Television Time	223,943.	225,000.
Market Research - ISL	30,089.	36,648.
Trade Shows	7,983.	10,000.
Institutional	5,912.	15,000.
Canadian Federation of Agriculture- Information Program	5,000.	5,000.
Advertising Loan Interest	7,733.	-
Zellers Promotion	67,980.	-
Restaurant Promotions-C.P. Promotion, Zellers et al	-	70,000.
Scholarships	4,259.	5,000.
Brochures	28,406.	-
Premium Campaign	19,358.	15,000.
Recipe Book	15,592.	60,000.
Farm Papers Advertising	8,712.	10,500.
Total Promotion Expense	\$ 499,903.	\$ 578,898.
Total Administration Expense	\$ 387,308.	\$ 280,700.
Total Extraordinary Expense	\$ -	\$ 275,000.
	\$ 887,211.	1,134,598.
Surplus(Deficit)	\$ 270,314.	\$ (387,592.)
Members' Equity at December 31/80		\$ 416,172.
Members' Equity at December 31/81		\$ 28,580.

ECONOMIST'S REPORT TO THE

SEVENTH ANNUAL C.T.M.A. MEETING

MARCH 18, 1981

1980 saw the continuation of the C.T.M.A.'s Economic Programme, as established during 1979. Although personnel changed during the course of 1980, the primary objective of the programme did not: to provide a continual flow of economic and statistical information to aid C.T.M.A. members in making appropriate decisions. Suggestions for revision of current information and information presentations are welcome and desirable, as the needs of the members change. However, needs not identified cannot be supplied.

Since July 2, 1980, it has been my challenging, but satisfying experience, to be a staff member of C.T.M.A., and my pleasure to work with, and under the guidance of those involved with the Agency.

1980 SUMMARY

The weekly, monthly, and quarterly reports have, throughout 1980, remained relatively unchanged as they seem to be adequate. Highlighting 1980 were some new developments:

- commencing August 1st, 1980, the weekly production of the Wholesale Price List for Turkey;
- the "Competitive Meat Outlook" was expanded to a "Market Outlook", in order that more forces influencing the domestic turkey market may be discussed;
- an extensive study of Provincial Pricing and Product Distribution was undertaken and completed;
- a Provincial Price Reporting System was established in conjunction with a Provincial Price Monitoring System;
- the booklet "Canadian Turkey Marketing Plan" was produced and distributed to the Provincial Turkey Marketing Boards.

1981 PLANS

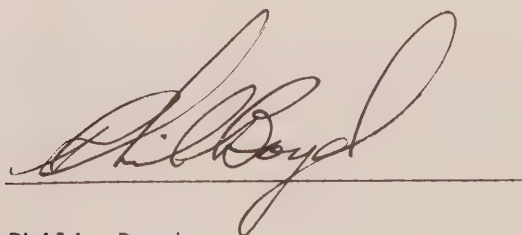
Along with the routine reports currently being distributed, there are some areas of information which need more intensive treatment:

- turkey feed prices, on a provincial basis;
- analysis of I.S.L. material, in order that the data presented becomes more meaningful;
- a closer watch of the American turkey market, and its implications to the Canadian turkey grower.

Changes in current reporting may be necessary to accommodate changing needs of Agency members; if so, the changes will be seriously considered, and implemented.

It is with anticipation of a challenging and gratifying 1981, that this report is:

Respectfully submitted,



Philip Boyd
Director of Ecomic Research
Canadian Turkey Marketing Agency

Turkey Dindon

MARKET OUTLOOK - MARCH 2, 1981

Cattle:

In recent weeks, cattle prices, in Omaha, seemed to have reached the low-point. While the U.S. herd-building continues at a slow rate, the number of cattle on feed is expected to decrease by 6 - 8% during the second quarter of 1981. These factors should provide some stabilization to the Canadian cattle market. Heavy importation of American live cattle during this winter has been responsible for holding down the Canadian market.

The last month has seen a fairly stable market in Western Canada. As spring approaches, the Eastern Canadian markets will stabilize, although American imports will probably continue until early May. The larger than anticipated supply of hogs has tailed off through the month of February, and is currently approaching last year's levels. This will relieve some of the downward pressure on slaughter cattle prices.

By the end of March 1981, slaughter cattle markets should look substantially more positive and, as we enter the third quarter, prices will have advanced upwards as the heavy supply of over-fat cattle going to market in the U.S. will have diminished. Prices through late spring and summer could well average around the \$85.00 - \$87.00 mark. Consumer demand, however, may be somewhat curtailed by retail price levels.

Hogs:

Hog market action in Canada is most greatly influenced by American markets. Suppressed prices on both sides of the border have been due to the fact that hog supply is heavy, at about the same level as last year in both the U.S. and Canada, and that the hogs going to market have been heavier than normal in the U.S., many approaching 250 pounds live weight. In addition, stocks of pork were built-up late in 1980, in anticipation of a large cut-back in supply for early 1981. Rather than a 10 - 15% decrease in the number of hogs on farms, the decrease was around 4%.

In Canada, hog production has increased four years consecutively, however, the rate of increase has been decreasing these past two quarters. By mid 1981, hog production may have peaked and have started to decrease.

By April, hog price could be around \$70.00 and, as the year advances, prices may well approach \$75.00.

Poultry:

Poultry has experienced increased consumer demand, as Canadian food expenditures have shifted from red meat, dairy products, eggs and processed vegetables, to fresh fruits and vegetables, fish and poultry. During the

past thirty years (1950 - 1980), in the U.S., the red meat share of the total meat market has dropped from 84% to 74%. The poultry share has doubled from 13% to 26%. It is obvious that poultry products have become more favourable in consumers' eyes.

Chicken:

Total chicken disappearance in Canada is expected to approximate 885 million pounds in 1981, a 2% increase over 1980. As the barbecue season starts in the second and third quarters, demand will traditionally increase. This strengthening demand will hopefully be strong enough to cover cost of production increases of .2¢ - .3¢, and improve processor margins.

Demand in the U.S. has been showing some strength in recent weeks, but is still somewhat sluggish. American live supply has been adequate.

Turkey:

In the U.S., FFP turkey disappearance increased 13.7% from 799.7 million pounds in 1979, to 908.7 million pounds in 1980. Cut-up turkey increased 20.9% from 525.9 million pounds in 1979, to 635.6 million pounds in 1980. Total American turkey disappearance increased 10% during 1980. Total disappearance was 2.1 billion pounds in 1979 and 2.3 billion pounds in 1980.

American turkey disappearance, to February 9, 1981, is 5.62% below that of one year ago, but the decrease is in whole bird disappearance as FFP and cut-up disappearance continues to increase.

Wholesale prices in the U.S. have strengthened .2¢ - .3¢ since early January and range from .60¢ - .63¢ per pound. Prices are .2¢ - .3¢ weaker than at this time in 1980.

January 1, 1980, saw American turkey stocks at 240.04 million pounds. January 1, 1981, storage stocks were 200.00 million pounds, a 16.7% decrease.

Feed Grains:

Since December 1980, grain prices have moderated from extremely high levels during the post harvest period. Prices may continue to drop, depending on a number of factors:

- Recent declines in grain prices indicate that grain may have just been overpriced.
- Price strength may have been due to reluctant sellers, not aggressive buyers.
- High prices have induced increase planting intentions for 1981. These expectations may depress prices.

Turkey Dindon

- South American crops look very promising: Brazil is expecting a bumper soybean crop and Argentina is expecting a record feed grain crop. Most of these crops will be directed to export markets.

This is not to say prices will drop to levels of one year ago, supply is still short in North America, but the market is looking more bearish than it was three months ago.

Feed prices are expected to remain stable with a slight upward trend, as summer approaches. During the last half of 1981, feed prices will be dependent on crop successes or failures. Aside from commodity prices, costs of feed production, as expected, will increase.

Farm Inputs:

As stated in January, all farm input costs are expected to increase by substantial amounts. Energy is expected to increase by 22%. This is evident already, as on March 1, 1981, gas prices rose .2¢/gallon and are expected to increase another .6¢ before the end of the month.

The Economy:

The interest rate is the fulcrum of our economy and, as it changes, widespread implications occur. A primary force influencing interest rates is inflation, rates and expectations of inflation rates.

Canadian interest rates have been stable around a 17% bank rate relative to the decreasing (21.5% to 18.5%) rate in the U.S. Analysts expect rates to drop to 15% in the U.S., but rise again with a surge of inflation in late 1981 and early 1982. Canadian rates will likely follow.

Farm cash income increased 11% during 1980 from \$14.1 billion in 1979 to \$15.6 billion, and is expected to rise 18% to \$18.6 billion in 1981.

PHIL BOYD

March 2, 1981

1980 PROVINCIAL TURKEY PRODUCTION *
(000's of Pounds)



<u>PROVINCE</u>	<u>1980 QUOTA</u>	<u>1980 PRODUCTION **</u>	<u>OVER (UNDER) PRODUCTION</u>
BRITISH COLUMBIA	19,357	20,684	1,327
ALBERTA	18,327	19,149	822
SASKATCHEWAN	8,100	8,187	87
MANITOBA	16,626	17,224	598
ONTARIO ***	92,457	92,710	253
QUEBEC	50,010	52,609	2,599
NEW BRUNSWICK	2,205	2,315	110
NOVA SCOTIA	3,917	4,071	154
TOTAL	210,999	216,949	5,953

C.D.A. Data as of March 10, 1981 (Preliminary)

** Adjusted for Live Imports and Live Interprovincial Movement

*** Ontario's Overproduction is covered by 658,701 pounds export credit.

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION (thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980 **
B.C.	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303	20,684
ALTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903	19,149
SASK.	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092	8,187
MAN.	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151	17,224
ONT.	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872	92,710
QUE.	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835	52,609
N.B.	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363	2,315
N.S.	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132	4,071
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651	216,949

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

** Preliminary

Provincial Percentage Share of Canadian Production:

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08	9.53
Alta	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00	8.83
Sask.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62	3.77
Man.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12	7.94
Ont.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66	42.73
Que.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62	24.25
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06	1.07
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85	1.88
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Rolling Four-Year Average Share of Canadian Production:

	1970-73 Market Share	1971-74 Market Share	1972-75 Market Share	1973-76 Market Share	1974-77 Market Share	1975-78 Market Share	1976-79 Market Share	1977-80 Market Share
B.C.	9.47	9.88	9.67	9.71	9.55	9.49	9.54	9.52
Alta	8.53	8.31	8.62	8.22	8.06	8.05	7.92	8.08
Sask.	3.67	3.65	3.75	3.70	3.64	3.72	3.72	3.76
Man.	8.35	8.32	7.93	7.92	8.07	8.03	8.33	8.21
Ont.	41.83	40.87	41.89	42.72	43.66	44.60	44.42	43.91
Que.	26.84	27.50	26.61	25.59	24.52	23.44	23.24	23.61
N.B.	.34	.37	.49	.70	.91	1.03	1.12	1.11
N.S.	.99	1.11	1.30	1.44	1.60	1.64	1.72	1.78
Canada	100	100	100	100	100	100	100	100

STOCKS OF FROZEN TURKEY - JANUARY 1, 1955-1981

(000's of Pounds)

	<u>Up to 10 lbs.</u>	<u>Over 10 lbs. and Under 16 lbs.</u>	<u>16 lbs. and Over</u>	<u>Further Processed</u>	<u>Total</u>
1981	6,853	10,030	14,332	5,500	36,715
1980	9,586	8,921	16,184	5,618	40,309
1979	4,245	4,375	9,717	3,532	21,869
1978	8,424	5,425	17,125	3,821	34,795
1977	7,837	7,524	12,171	4,390	31,922
1976	6,674	7,901	7,234	2,561	24,370
1975	8,270	11,388	23,777	3,743	47,178
1974	7,347	8,022	17,005	2,132	34,506
1973	3,906	4,205	13,915	1,519	23,545
1972	4,252	5,976	17,596	2,462	30,286
1971	3,211	8,567	18,631	1,821	32,230
1970	3,581	7,565	13,681	1,718	26,545
1969 *	4,865	7,507	18,737	2,863	33,972
1968	4,819	7,832	18,290	N/A	30,491
1967	4,493	9,435	16,421	N/A	30,349
1966	2,873	5,619	16,263	N/A	24,755
1965	2,719	6,276	12,871	N/A	21,866
1964	2,335	4,145	9,746	N/A	16,226
1963 **	1,586	7,647	18,141	N/A	27,374
1962	1,219	6,032	12,926	N/A	20,177
1961	684	2,679	7,401	N/A	10,764
1960	710	3,746	7,746	N/A	12,202
1959	N/A	N/A	N/A	N/A	18,422
1958	N/A	N/A	N/A	N/A	12,508
1957	N/A	N/A	N/A	N/A	16,916
1956	N/A	N/A	N/A	N/A	10,179
1955	N/A	N/A	N/A	N/A	10,052

* Includes Cut-up, Whole Turkey, Turkey Rolls, Turkey Roasts.
Previous to July 31, 1969, these items were reported with Unclassified Poultry Meat.

** Previous to 1963, the categories were: Up to 8 lbs., Over 8 lbs. and Under 16 lbs., and 16 lbs. and over.

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
COST OF PRODUCTION - HEAVY TURKEYS
IN CENTS PER POUND

FIXED AND VARIABLE

COSTS UPDATED TO SEPTEMBER 30, 1980

EFFECTIVE DATE END OF DECEMBER 1980

PROVINCE	B.C.	ALTA	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.
FEED	40.18	44.53	41.01	40.44	39.19	45.09
POULTS	6.11	6.27	6.11	5.69	5.50	6.60
LABOUR	4.27	3.83	3.71	3.31	3.29	3.11
PROP RELATED OVERHEAD Energy	1.29	1.29	1.29	1.29	1.29	1.29
Litter	.71	.71	.71	.71	.71	.71
Medication	.28	.28	.28	.28	.28	.28
Catching	.42	.42	.42	.42	.42	.42
Transportation	-	1.10	-	-	-	-
Poult Insurance	.19	.19	.19	.19	.19	.19
FIXED OVERHEAD Plant	1.32	1.32	1.32	1.32	1.32	1.32
Insurance & Taxes	.84	.84	.84	.84	.84	.84
Administration	.84	.84	.84	.84	.84	.84
DEPRECIATION	2.68	2.64	2.64	2.58	2.52	2.46
INTEREST Working Capital	1.57	2.19	1.96	2.06	1.96	2.05
Long Term Debt	1.34	1.11	1.11	1.08	1.09	1.02
MARKETING BOARD LEVY - C.T.M.A.	.35	.35	.35	.35	.100	.35
- Provincial	.90	.33	.50	.35	.185	.23
TOTAL COST OF PRODUCTION	63.29	68.24	63.28	61.75	59.725	66.80
PRODUCER RETURN Capital Employed	5.33	5.72	5.71	5.53	4.81	4.66
Risk of Flock Destruction	.75	.81	.79	.74	.71	.75
ALL COP / PRODUCER RETURN	69.37	74.77	69.78	68.02	65.25	72.21
PRESENT MARKET - Grade "A"		58.50	60.00	59.00		
Undergrade		54.50	55.00	55.00		
Ungraded	64.00	57.70	59.00	58.20	59.50	58.50
Grade "A"		57.00	57.50	56.00		
Undergrade		55.00	54.50	54.00		
Ungraded	64.00	56.40	56.60	55.40	62.40	57.25

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
COST OF PRODUCTION - BROILER TURKEYS
IN CENTS PER POUND

APPENDIX V

FIXED AND VARIABLE
COSTS UPDATED TO SEPTEMBER 30, 1980

EFFECTIVE DATE END OF DECEMBER 1980.

PROVINCE	B.C.	ALTA	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.	N.B.	N.S.
FEED	35.59	37.44	35.00	35.35	34.56	37.84	39.76	39.31
POULTS	9.54	8.90	9.11	8.90	9.00	9.42	8.97	9.41
LABOUR	5.31	4.77	4.61	4.12	4.09	3.87	3.75	3.67
<u>CROP RELATED OVERHEAD</u>								
Energy	2.73	2.73	2.73	2.73	2.73	2.73	2.73	2.73
Litter	.62	.62	.62	.62	.62	.62	.62	.62
Medication	.21	.21	.21	.21	.21	.21	.21	.21
Catching	.48	.48	.48	.48	.48	.48	.48	.48
Transportation	-	1.10	-	-	-	-	-	-
Poult Insurance	.21	.21	.21	.21	.21	.21	.21	.21
<u>FIXED OVERHEAD</u>								
Plant	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35	1.35
Insurance & Taxes	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
Administration	.72	.72	.72	.72	.72	.72	.72	.72
<u>DEPRECIATION</u>	2.29	2.24	2.24	2.19	2.14	2.09	2.24	2.24
<u>INTEREST</u>								
Working Capital	1.12	1.38	1.28	1.33	1.33	1.34	1.41	1.42
Long Term Debt	1.20	.93	.92	.90	.92	.85	.92	.93
<u>MARKETING BOARD LEVY</u>								
C.T.M.A.	.35	.35	.35	.35	.100	.35	.35	.35
Provincial	.90	.33	.50	.35	.185	.23	.90	.75
<u>TOTAL COST OF PRODUCTION</u>	63.58	64.72	61.29	60.77	59.605	63.27	65.58	65.36
<u>PRODUCER RETURN</u>								
Capital Employed	5.00	4.77	4.75	4.61	4.76	4.13	4.72	4.77
Risk of Flock Destruction	.79	.79	.79	.75	.74	.74	.79	.80
<u>TOTAL COP / PRODUCER RETURN</u>	69.37	70.28	66.83	66.13	65.11	68.14	71.09	70.93
<u>CURRENT MARKET</u> - Grade "A"		60.50	61.50	61.25				
Undergrade		55.50	56.50	56.75				
Ungraded	64.00	58.75	59.75	59.70	62.90	58.25	61.25	60.75

PRODUCERSRETURNS PER BIRD AND PER POUND *

Broiler - 10.5 pounds (live)
 Hen - 15.0 pounds (live)
 Tom - 25.0 pounds (live)

A. DOLLAR RETURN PER BIRD, PER POUND, OVER POULT AND FEED COSTS

Province	Broiler		Hen		Tom	
	\$per pound	\$per bird	\$per pound	\$per bird	\$per pound	\$per bird
B.C.	.1987	2.09	.1771	2.66	.1771	4.43
Alta	.1241	1.30	.0690	1.04	.0560	1.40
Sask.	.1464	1.54	.1188	1.78	.0948	2.37
Man.	.1545	1.62	.1207	1.81	.0927	2.32
Ont.	.1934	2.03	.1481	2.22	.1771	4.43
Que.	.1099	1.15	.0681	1.02	.0560	1.40
N.B.	.1252	1.31	N/A	N/A	N/A	N/A
N.S.	.1203	1.26	N/A	N/A	N/A	N/A

B. DOLLAR RETURN PER BIRD, PER POUND, OVER TOTAL COST OF PRODUCTION

Province	Broiler		Hen		Tom	
	\$per pound	\$per bird	\$per pound	\$per bird	\$per pound	\$per bird
B.C.	.0042	.04	(.0071)	(.11)	.0071	.18
Alta	(.0597)	(.63)	(.1054)	(1.58)	(.1184)	(2.87)
Sask.	(.0154)	(.16)	(.0428)	(.64)	(.0668)	(1.67)
Man.	(.0107)	(.11)	(.0355)	(.53)	(.0650)	(1.59)
Ont.	.0329	.35	(.0023)	(.03)	.0267	.67
Que.	(.0502)	(.53)	(.0830)	(1.25)	(.0955)	(2.39)
N.B.	(.0433)	(.45)	N/A	N/A	N/A	N/A
N.S.	(.0461)	(.48)	N/A	N/A	N/A	N/A

C. DOLLAR RETURN PER BIRD, PER POUND, OVER TOTAL COST OF PRODUCTION
PLUS PRODUCER RETURN

Province	Broiler		Hen		Tom	
	\$per pound	\$per bird	\$per pound	\$per bird	\$per pound	\$per bird
B.C.	(.0537)	(.56)	(.0537)	(.81)	(.0537)	(1.34)
Alta	(.1153)	(1.21)	(.1707)	(2.56)	(.1837)	(4.59)
Sask.	(.0708)	(.74)	(.1078)	(1.62)	(.1318)	(3.30)
Man.	(.0643)	(.68)	(.0982)	(1.47)	(.1262)	(3.16)
Ont.	(.0221)	(.23)	(.0575)	(.86)	(.0285)	(.71)
Que.	(.0989)	(1.04)	(.1371)	(2.06)	(.1496)	(3.74)
N.B.	(.0984)	(1.03)	N/A	N/A	N/A	N/A
N.S.	(.1018)	(1.07)	N/A	N/A	N/A	N/A

() denotes loss

* Cost of production figures taken to the end of
prices as of December 1980 -
Beginning of January 1981

December 1980 -
Beginning of January 1981

CANADIAN TURKEY GROWERS' LOSSES FOR 1980, WITH RESPECT TO THE P.S. ROSS C.O.P.

PROVINCE AND CATEGORY		C.O.P. MINUS FARM GATE PRICE RANGE.		SLAUGHTER (Evis. Wt.)	LOSS
		LOW	HIGH		
<u>BRITISH COLUMBIA</u>	Broilers	.0177	.0664	4,825,712	\$ 258,559.88
	Hens	.0106	.0602	6,902,206	255,657.29
	Toms	.0250	.0677	10,426,724	<u>625,124.43</u>
	TOTAL				\$ 1,139,341.60
<u>ALBERTA</u>	Broilers	.0418	.1153	4,668,337	\$ 434,310.54
	Hens	.0876	.1707	6,851,280	981,515.31
	Toms	.0756	.1837	9,126,964	<u>1,416,198.30</u>
	TOTAL				\$ 2,832,024.15
<u>SASKATCHEWAN</u>	Broilers	.0389	.0708	411,030	\$ 30,772.13
	Hens	.0431	.1078	1,897,878	158,539.61
	Toms	.0430	.1318	4,290,461	<u>424,822.08</u>
	TOTAL				\$ 614,133.82
<u>MANITOBA</u>	Broilers	.0198	.0643	2,493,708	\$ 97,309.93
	Hens	.0343	.0982	6,197,707	439,860.30
	Toms	.0253	.1262	8,486,265	<u>611,211.70</u>
	TOTAL				\$ 1,148,381.93
<u>ONTARIO</u>	Broilers	+ .0009	.0264	27,610,343	\$ 400,708.29
	Hens	.0167	.0575	25,806,736	773,695.42
	Toms	+ .0199	.0415	39,639,187	<u>952,258.82</u>
	TOTAL				\$ 2,126,662.53
<u>QUEBEC</u>	Broilers	.0273	.0989	22,730,492	\$ 1,480,014.75
	Hens	.0672	.1371	11,206,298	1,232,554.33
	Toms	.0397	.1496	18,801,842	<u>1,867,107.42</u>
	TOTAL				\$ 4,579,676.50
<u>NEW BRUNSWICK</u>	TOTAL	.0444	.0984	2,159,621	\$ 163,096.50
<u>NOVA SCOTIA</u>	TOTAL	.0531	.1018	4,531,861	\$ 384,759.55
AGGREGATE CANADIAN LOSS:					<u>\$ 12,988,076.58</u>

C.O.P. and farm gate prices are from the Consolidated Cost of Production Reports - 1980.

Slaughter figures are as presented in C.D.A. Poultry Market Reports #1 - 52/1980. 82%, 83% and 84% yields are used in Broilers, Hens and Toms respectively.

"Loss" is the total of slaughter multiplied by the difference in live price and the C.O.P. from January - December 1980, for each category ("+" indicates price was greater than C.O.P.).

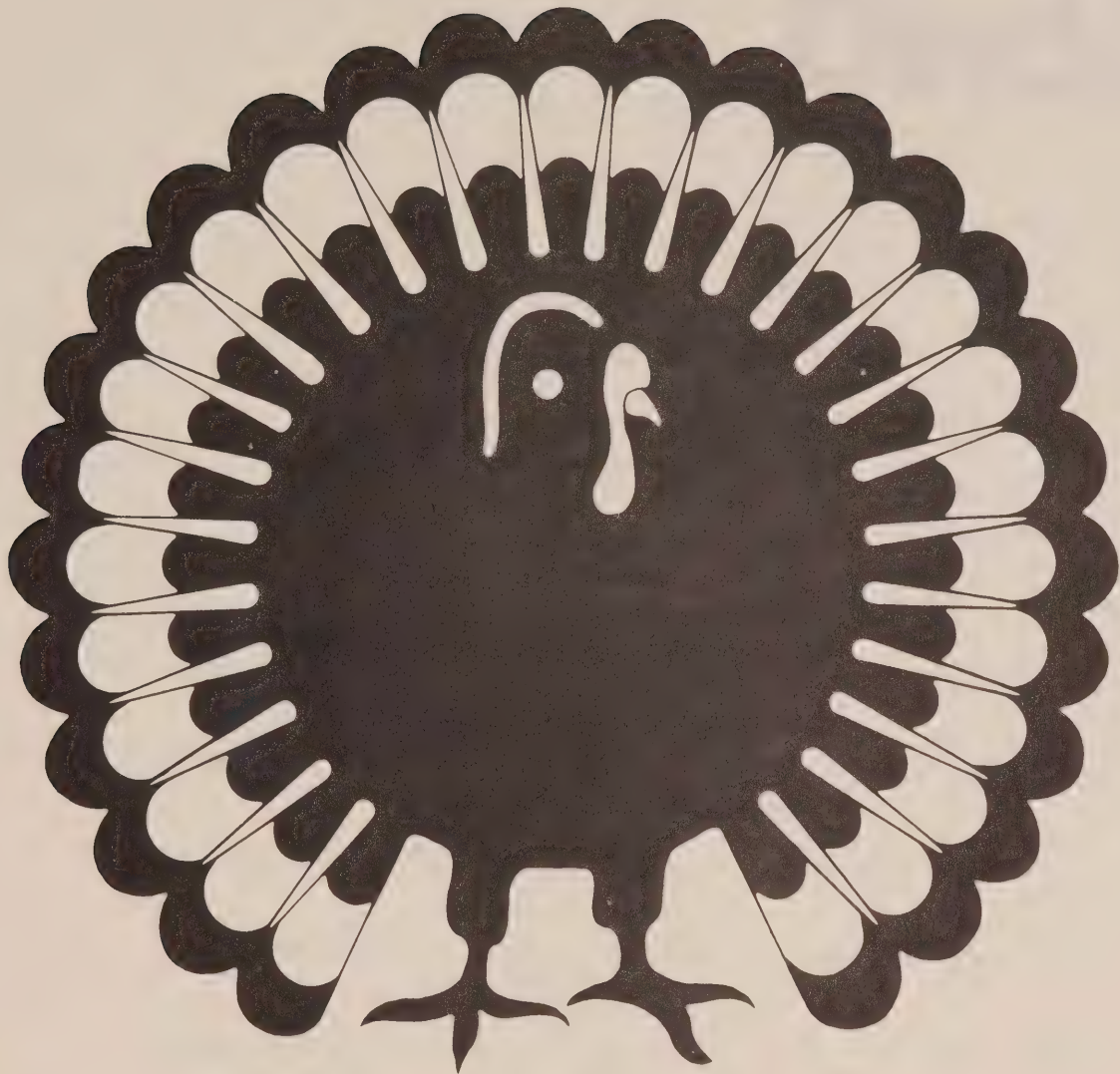
CANADIAN TURKEY GROWERS' LOSSES FOR 1980, WITH RESPECT TO THE P.S. ROSS C.O.P.

PROVINCE AND CATEGORY		C.O.P. MINUS FARM GATE PRICE RANGE.		SLAUGHTER (Evis. Wt.)	LOSS
		LOW	HIGH		
<u>BRITISH COLUMBIA</u>	Broilers	.0177	.0664	4,825,712	\$ 258,559.88
	Hens	.0106	.0602	6,902,206	255,657.29
	Toms	.0250	.0677	10,426,724	625,124.43
	TOTAL				\$ 1,139,341.60
<u>ALBERTA</u>	Broilers	.0418	.1153	4,668,337	\$ 434,310.54
	Hens	.0876	.1707	6,851,280	981,515.31
	Toms	.0756	.1837	9,126,964	1,416,198.30
	TOTAL				\$ 2,832,024.15
<u>SASKATCHEWAN</u>	Broilers	.0389	.0708	411,030	\$ 30,772.13
	Hens	.0431	.1078	1,897,878	158,539.61
	Toms	.0430	.1318	4,290,461	424,822.08
	TOTAL				\$ 614,133.82
<u>MANITOBA</u>	Broilers	.0198	.0643	2,493,708	\$ 97,309.93
	Hens	.0343	.0982	6,197,707	439,860.30
	Toms	.0253	.1262	8,486,265	611,211.70
	TOTAL				\$ 1,148,381.93
<u>ONTARIO</u>	Broilers	+ .0009	.0264	27,610,343	\$ 400,708.29
	Hens	.0167	.0575	25,806,736	773,695.42
	Toms	+ .0199	.0415	39,639,187	952,258.82
	TOTAL				\$ 2,126,662.53
<u>QUEBEC</u>	Broilers	.0273	.0989	22,730,492	\$ 1,480,014.75
	Hens	.0672	.1371	11,206,298	1,232,554.33
	Toms	.0397	.1496	18,801,842	1,867,107.42
	TOTAL				\$ 4,579,676.50
<u>NEW BRUNSWICK</u>	TOTAL	.0444	.0984	2,159,621	\$ 163,096.50
<u>NOVA SCOTIA</u>	TOTAL	.0531	.1018	4,531,861	\$ 384,759.55
AGGREGATE CANADIAN LOSS:					\$ 12,988,076.58

C.O.P. and farm gate prices are from the Consolidated Cost of Production Reports - 1980.

Slaughter figures are as presented in C.D.A. Poultry Market Reports #1 - 52/1980. 82%, 83% and 84% yields are used in Broilers, Hens and Toms respectively.

"Loss" is the total of slaughter multiplied by the difference in live price and the C.O.P. from January - December 1980, for each category ("+" indicates price was greater than C.O.P.).



DINDON CANADIEN





TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
Conseil d'Administration	1
Ordre du Jour - Septième Assemblée Annuelle	2
Rapport du Président	3
Rapport du Gérant Général	5
Rapport Financier	8
Budget 1981	16
Rapport du Directeur de la Recherche Économique	18
Annexes	20



CONSEIL D'ADMINISTRATION 1980

Président	- M. Eike Futter	Nouveau-Brunswick
Vice-Président	- M. Laurent Mercier	Québec
Membre Exécutif	- M. James Pennington	Colombie-Britannique
Directeur	- M. Murray Brown	Alberta
Directrice	- Mme Carol Teichrob	Saskatchewan
Directeur	- M. Cornelius Riediger	Manitoba
Directeur	- M. Eugene Mailloux	Ontario
Directeur	- M. Dave Davies	Nova Scotia

PERSONNEL DE L'O.C.C.D.

Mme Diane Stoneman	- Secrétaire
Mme Margaret Krowchuk	- Assistante Administrative
M. Philip Boyd	- Directeur de la Recherche Economique
M. George Gray	- Gérant Général



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

SEPTIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE (49ième Réunion)

LE 18 MARS 1980 - 1:00 P.M.

SALLE VICTORIA

HÔTEL SKYLINE, OTTAWA, ONTARIO.

O R D R E D U J O U R

1. Convocation
2. Approbation de l'ordre du jour
3. Approbation du procès-verbal de la sixième assemblée annuelle
4. Rapport 1980
5. Rapport du Président
6. Rapport financier 1980 des vérificateurs - Budget proposé pour 1981
7. Nomination des vérificateurs
8. Rapport de promotion
9. Confirmation des membres ayant droit de vote
10. Président déclare les bureaux de l'O.C.C.D. vacants
11. Nomination du Président intérimaire
12. Procédures électorales et nomination des scrutateurs
13. Election du Conseil d'Administration 1981
14. Autres
15. Date pour la huitième assemblée annuelle
16. Ajournement

RAPPORT DU PRÉSIDENT À LA

SEPTIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'O.C.C.D.

LE 18 MARS 1980.



J'ai le privilège de vous souhaiter la bienvenue à notre septième assemblée annuelle et j'espère que vous participerez tous entièrement aux débats. Je vais vous donner un bref aperçu de l'année 1980 et une avant-première de l'année 1981, telle que je l'envisage.

Au cours de l'année 1980, nous avons essayé de régler certains problèmes qui étaient restés irrésolus par l'Office depuis un nombre d'années; en ordre d'importance, une politique de crédit essentielle de reproduction, les allocations de contingentements de base, le changement de fin d'année, l'établissement des prix et les stocks d'entrepôt. Nous n'avons à date résolu aucun de ces problèmes, néanmoins, les membres en possèdent une meilleure connaissance et certains de ces items sont presque résolus. Des discussions concernant ces questions d'intérêt auront lieu à une date ultérieure.

L'année 1980 a été une année économiquement très difficile pour tous les secteurs de l'industrie. Les coûts de production étaient et sont encore à la hausse, et une baisse de prix (poids vif) pour nos produits s'est manifestée dans certaines provinces, ce qui a forcé les producteurs à réaliser des coûts largement inférieurs à leur coût de production. Ajouté à ce dilemme, sept provinces sur huit ont dépassé leurs contingentements autorisés. Cette situation a été provoquée, en grande partie, par les placements prématurés et les ventes en 1980, attribuables à l'anticipation d'un changement de fin d'année. Ce problème a été reporté à la fin de l'année 1980, ce qui nous a donné un inventaire de fin d'année de plus de 37 millions de livres.

Nous respectons notre engagement à V.I.D.O. sur le projet de recherche de l'entérite hémorragique du dindon. De plus, nous avons mené une excellente campagne de promotion au cours de l'année dernière, en faisant usage de différents moyens de communications, tels que les annonces publicitaires télévisées, avec un extrait de film incitant les spectateurs à écrire pour se procurer des livres de recettes, une campagne de primes, des expositions de commerce, des campagnes de promotion dans les restaurants ainsi qu'un prix annuel attribué aux transformateurs pour les efforts démontrés dans la commercialisation du dindon en morceaux et le traitement additionnel.

Au cours de l'année, nous avons rencontré le Conseil National de Commercialisation des Produits de Ferme et le Conseil Canadien des Transformateurs d'Oeufs et de Volailles. Nous avons discuté avec ces deux sociétés des items en suspens et de nos efforts constants pour maintenir un programme utile de gestion des approvisionnements pour le dindon. Quelques unes de ces rencontres ont été couronnées de succès, d'autres ont obtenu un succès limité.

Je peux prévoir que nous aurons encore des pressions sur les prix et la production du dindon à n'importe quel contingent national raisonnable. Notre produit sera vendu au delà de la ferme pour satisfaire les motivations de

profit et de ventes aux consommateurs. Cette situation se produira entre les différentes catégories de dindon et des autres viandes, qui ne font pas partie d'un programme de gestion des approvisionnements. Nous aurons un très faible contrôle de cette situation à moins de prendre de nouvelles initiatives et de réunir nos efforts.

A mon point de vue, une liaison étroite avec les producteurs-fermiers des autres viandes serait recommandable. Nous devrions essayer de travailler par l'entremise de la Fédération de l'Agriculture pour regrouper, sous un programme de gestion des approvisionnements, d'autres secteurs qui n'en font pas encore partie. Ceci pourrait être réalisé par des assemblées annuelles avec les Administrateurs des Offices de commercialisation des produits et des Offices soumis à la gestions des approvisionnements, des organismes d'élevage et la Fédération.

C'est également mon point de vue que nous devrions être davantage impliqués dans la commercialisation directe du dindon, en faisant usage de notre programme de promotion comme appui. Ceci pourrait être réalisé sur une petite échelle et augmenté progressivement afin de bénéficier davantage des effets et de la valeur maximale des sommes versées à la promotion.

Ceci pourrait nous conduire à des exportations. Le Département Fédéral de l'Agriculture nous aidera sans doute à réaliser nos objectifs. Le marché Canadien en général semble être complet. Nous pouvons amener le marché à progresser, en notre faveur, en l'innovant de nouveaux produits qui rivaliseraient avec d'autres produits. Nous savons tous ce que cela signifie; un zigzag sur le tableau des prix et de la production. L'exportation devient un facteur de raffermissement. Etant donné que la majorité des pays avantagés viennent en aide aux pays nécessiteux, ces derniers peuvent maintenant se procurer de la nourriture riche en protéines de l'étranger. Nous possédons le contrôle du meilleur convertisseur de grains en viande riche en protéines, et nous vivons dans un pays pourvu du système de soutien requis pour le réaliser. Nous n'avons plus qu'à trouver la solution pour écouler le dindon.

Notre Office est un forum remarquable, cependant, à mon point de vue, nous n'utilisons pas le maximum de son potentiel. Nous avons les possibilités de prendre des décisions avec l'appui des responsables de l'industrie et de chercher des alternatives. Il nous faudra, à l'occasion, renoncer à certains droits traditionnels provinciaux, afin d'arriver à une entente pour le bénéfice de tous. Une production plus efficace pour le consommateur apporterait une plus grande stabilité du marché et une satisfaction pour l'industrie. Pour atteindre ce but, il est essentiel de se consulter et qu'un travail de planification soit plus intensif au sein des cadres de l'O.C.C.D.

Pour terminer, j'aimerais remercier tous les Gérants pour leur collaboration apportée au cours de l'année, les Directeurs et Suppléants pour leurs efforts et leur temps qu'ils ont consacrés au nom de leurs collègues-producteurs et, finalement, le personnel de l'O.C.C.D. pour son appui et sa bonne volonté à travailler à des heures supplémentaires. Sans leur appui, ma tâche aurait été difficile.



Eike Futter,
Président
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

RAPPORT DU GÉRANT GÉNÉRAL À LA
SEPTIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'O.C.C.D.
LE 18 MARS 1981



ADMINISTRATION

Le personnel de l'Office continue à servir l'industrie canadienne du dindon d'innombrables façons, dans la mesure où un Office National se doit de fonctionner. Le nombre du personnel s'est maintenu à quatre personnes avec une répartition considérable des tâches spécifiques. De plus, comme surcroît de travail, le personnel de l'Office s'est occupé de l'administration et de la manutention des demandes de livres de recettes adressées à l'Office et de la campagne de primes de dinde. Deux nouvelles positions ont été remplies durant l'année, avec l'adjonction de Mme Diane Stoneman en tant que Secrétaire et M. Philip Boyd en tant que Directeur de la Recherche Economique.

COMMERCIALISATION

L'Office continue à fonctionner à titre d'intermédiaire entre les divers secteurs de l'industrie, y compris les producteurs, les transformateurs de base, les transformateurs additionnels, les grossistes, les courtiers et les détaillants.

Au cours de l'année, une quantité considérable de produits a été retracée entre les divers secteurs de l'industrie et, en conséquence, les importations totales de dindons ont été limitées à 3,696,774 livres. Ce travail de recherche pour localiser le produit a été effectué, en grande partie, dans l'approvisionnement du dindon et du dindon pour la transformation additionnelle, ce qui a provoqué une augmentation substantielle de la demande pour ces produits.

Des recherches menées par l'O.C.C.D., au printemps 1980, sur les coûts relatifs de la viande désossée de différents animaux, ont démontré que, lorsque les animaux ou les oiseaux vivants apparaissent sur le marché à ou près de leur coût de production, le dindon désossé est plus économique que toutes les autres viandes. Des études similaires menées aux Etats-Unis et en Europe, rapportées depuis l'étude de l'Office, ont confirmé ce fait.

Ce renseignement a été transmis à tous les emballeurs qui préparent différents types de viande de lunch au Canada. C'est aussi un fait que la viande de dindon est compatible avec les autres viandes vis-à-vis le produit mélangé. Les services d'inspection à Ottawa rapportent une augmentation rapide des enregistrements d'étiquettes pour le dindon et les produits à base de dinde.

Au début de l'année 1980, de nombreuses installations mécaniques pour désosser le dindon ont fait leur apparition au Canada. Avec un départ ralenti, ces opérations fonctionnent maintenant sans arrêt, pour répondre à la demande pour les viandes désossées.

Cependant, la période de transition au Canada, de la présentation des oiseaux entiers pour la vente au détail aux produits et portions de dinde transformée, tarde à se développer comme il en a été aux Etats-Unis et en Europe. Tel que souligné auparavant par l'Office, la demande pour le dindon entier continuera à baisser comme il en a été dans ces pays. La consommation totale de dindons aux Etats-Unis pour les premiers deux mois de 1980 est à la baisse par 6%, néanmoins, la consommation du dindon en morceaux et du dindon transformé pour cette période est à la hausse, indiquant ainsi une réduction dramatique dans la consommation des oiseaux entiers. On estime présentement que 70% de la consommation des oiseaux entiers aux Etats-Unis aura lieu dans le dernier quart de l'année. Les chiffres actuels pour 1980 indiquent que 46% du dindon consommé aux Etats-Unis était du dindon en portions et du dindon transformé.

PROMOTION DE L'O.C.C.D.

En 1980, la campagne de promotion de l'O.C.C.D. a été désignée pour continuer de promouvoir la vente du dindon entier et, par la même occasion, accélérer la vente du dindon en morceaux et du dindon transformé, en faisant usage des divers moyens de promotion mis à notre disposition.

La télévision a été le moyen de base choisi pour la promotion de cette année. Quatre annonces publicitaires en anglais et deux annonces publicitaires en français ont été produites. Ces annonces publicitaires ont été tournées dans les huit provinces, au cours des semaines précédant chaque fin de semaine festive au Canada, soit un total de sept semaines. Les fins de semaines festives sont reconnues comme étant des périodes durant lesquelles le consommateur est le plus susceptible d'acheter un dindon entier. Un extrait de film présenté durant l'annonce publicitaire incite les spectateurs à se procurer des livres de recettes en écrivant à leur Office Provincial de Commercialisation du Dindon.

Les résultats de cette offre ont été très encourageants et plus de 20,000 livres de recettes ont été envoyés à travers le Canada en réponse aux demandes écrites provenant de nos annonces publicitaires télévisées.

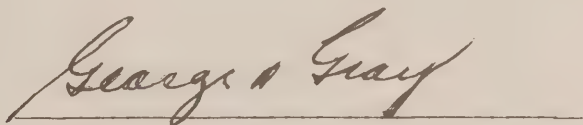
Lorsque ces livres de recettes étaient expédiés par l'Office, un feuillet sur les primes offertes était également inclus. Ces feuillets offraient des primes de dinde telles que des verres, des tasses et autres objets en céramique ainsi que des chemises sport. A la suite de cette offre, 3,431 primes de dinde ont été vendues aux consommateurs au Canada, en réponse aux demandes écrites accompagnées d'argent et d'étiquettes.

D'autres efforts de promotion ont comporté une promotion importante avec les restaurants Zellers, la participation aux expositions, un prix attribué au transformateur, qui implique une bourse d'études attribuée aux étudiants au nom du transformateur, pour les efforts manifestés dans la commercialisation du dindon en morceaux et la transformation additionnelle. Ces récompenses ont été remportées par Swift Canadian Co. Ltd. et Cuddy Foods Ltd., respectivement.

L'O.C.C.D. a participé au développement et à l'édition d'un livre de recettes spécial, comme insertion, publié dans la Revue Chatelaine au mois de décembre dernier. De nombreux commentaires ont été reçus pour cet exploit.

Pour terminer l'année 1980, l'O.C.C.D. a contribué activement à la création du premier restaurant de dinde avec service complet à Guelph, Ontario. Tout le travail effectué sur les menus, le matériel de promotion et les relations publiques a été dirigé par l'Office.

Soumis respectueusement,

A handwritten signature in cursive script, reading "George A. Gray", written over a horizontal line.

George A. Gray,
Gérant Général,
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ÉTATS FINANCIERS

POUR L'ANNÉE QUI SE TERMINE LE 31 DÉCEMBRE 1980

ROBINSON, LOTT & BROHMAN

Comptables Agréés

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux Membres du Conseil d'Administration de
l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1980, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'année qui vient de se terminer. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

Nous avons été dans l'impossibilité de vérifier les sommes en dommages-intérêts attribuées à la surproduction. Ces sommes sont basées en conformité avec les statistiques finales de 1980 du Département Canadien de l'Agriculture qui ne sont pas encore disponibles et qui sont sujettes à des modifications, en vertu des stipulations de force majeure de l'Entente de Promotion (voir 6).

A notre avis, à l'exception des sommes possibles en dommages-intérêts attribuables à la surproduction, ces états financiers présentent consciencieusement la position financière de l'Office, au 31 décembre 1980, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Guelph, Ontario.
Le 5 mars 1981.

Comptables Agréés

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BILAN

AU 31 DÉCEMBRE 1980

A C T I F

	<u>1980</u>	<u>1979</u>
<u>ACTIF À COURT TERME</u>		
En banque	\$ 100.	\$ 115,091.
Comptes à recevoir (note 2)	395,888.	203,203.
Inventaire	128,642.	438,654.
Dépenses prépayées (note 3)	<u>34,706.</u>	<u>19,757.</u>
	559,336.	776,705
<u>IMMOBILISATIONS</u> (note 4)	<u>11,741.</u>	<u>14,804.</u>
	\$ 571,077.	\$ 791,509.

P A S S I F

<u>PASSIF À COURT TERME</u>		
Solde débiteur	\$ 47,894.	\$ -
Comptes payables et passif accumulés	107,011.	36,997.
Emprunts bancaires	<u>-</u>	<u>608,654.</u>
	\$ 154,905.	645,651.
<u>SURPLUS</u>	<u>416,172.</u>	<u>145,858.</u>
	<u>\$ 571,077.</u>	<u>\$ 791,509.</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES SURPLUS
AU 31 DÉCEMBRE 1980

	<u>1980</u>	<u>1979</u>
SURPLUS, au début de l'année	\$ 145,858.	\$ 458,301.
SURPLUS DE REVENUS APRÈS LES DÉPENSES	270,314.	-
	416,172.	458,301.
DÉFICIT	-	(312,443.
SURPLUS, à la fin de l'année	<u>\$ 416,172.</u>	<u>\$ 145,858.</u>

(voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES REVENUS ET DÉPENSES
AU 31 DÉCEMBRE 1980

	<u>1980</u>	<u>1979</u>
<u>REVENUS</u>		
Prélevés des producteurs	\$ 919,217.	\$ 937,067.
Intérêts et licences	48.	9,125.
	<u>919,265.</u>	<u>946,192.</u>
<u>DÉPENSES</u>		
ADMINISTRATION		
Salaires des directeurs et du personnel	123,257.	104,104.
Autres dépenses administratives	94,953.	83,439.
Frais de voyage des directeurs et du personnel	82,181.	73,168.
Frais de déménagement	-	30,202.
	<u>300,391.</u>	<u>290,913.</u>
<u>PROMOTION</u>		
Annonces et réclames	282,141.	849,937.
Campagne institutionnelle	77,099.	16,298.
Campagne de vente	31,743.	24,446.
Etude du marché	30,089.	30,240.
Expositions	7,983.	4,105.
Intérêts	7,732.	8,035.
Frais de voyage du personnel	6,096.	14,970.
Programme de renseignements	5,000.	3,000.
Bourses d'études	4,259.	-
Relations publiques	-	18,695.
	<u>452,142.</u>	<u>969,726.</u>
	<u>752,533.</u>	<u>1,260,639.</u>
<u>REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE PROMOTION</u>	<u>166,732.</u>	<u>(314,447.)</u>
<u>COMMERCIALISATION DU DINDON (note 8)</u>		
Vente de dindons	531,685.	265,284.
Coût des ventes	550,254.	260,358.
Profit brut (perte)	<u>(18,569.)</u>	<u>4,926.</u>
Autres dépenses		
Frais d'entreposage	46,983.	14,780.
Intérêts	67,716.	8,542.
Commissions	829.	-
Assurances	581.	1,542.
	<u>116,109.</u>	<u>24,864.</u>
<u>PERTES SUR VENTES</u>	<u>(134,678.)</u>	<u>(19,938.)</u>
<u>PÉNALITES DE SURPRODUCTION (note 6)</u>	<u>238,260.</u>	<u>21,942.</u>
<u>SURPLUS DES REVENUS APRÈS LES DÉPENSES,</u> pour l'année	<u>\$ 270,314.</u>	<u>(312,443.)</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
CÉDULE DES DÉPENSES
AU 31 DÉCEMBRE 1980

	<u>1980</u>	<u>1979</u>
<u>RÉMUNÉRATION AUX DIRECTEURS ET AU PERSONNEL</u>		
Salaires du personnel	\$ 98,426.	\$ 76,860.
Honoraires des directeurs	17,425.	21,775.
Avantages sociaux des employés	7,406.	5,469.
	<u>\$123,257.</u>	<u>\$104,104.</u>
 <u>AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES</u>		
Loyer, électricité, taxes	\$ 24,159.	\$ 15,840.
Honoraires pour services professionnels	21,906.	18,493.
Articles et équipement de bureau	17,472.	14,061.
Téléphone et téléx	13,159.	15,405.
Timbres et messageries	4,803.	3,961.
Vérification des livres	3,350.	3,000.
Dépréciation	3,063.	3,701.
Frais de traduction	2,808.	1,765.
Services de gestion	1,945.	4,822.
Frais d'administration divers	1,624.	1,177.
Assurances	393.	332.
Comité Consultatif	271.	882.
	<u>\$ 94,953.</u>	<u>\$ 83,439.</u>
 <u>FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL</u>		
Frais de voyage des directeurs et gérants	\$ 63,056.	\$ 62,368.
Frais de voyage du personnel	13,807.	4,399.
Salles de réunions	4,545.	5,937.
Assurances de voyage	773.	464.
	<u>\$ 82,181.</u>	<u>\$ 73,168.</u>

(voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES SE RAPPORTANT AUX ÉTATS FINANCIERS
AU 31 DÉCEMBRE 1980

1. PRATIQUES COMPTABLES

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un Office établi, en vertu de la loi sur les Offices de Commercialisation des Produits de Ferme, pour promouvoir la production efficace et compétitive et la commercialisation du dindon au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes non-lucratives. Les pratiques sont les suivantes:

a) INVENTAIRE

Les inventaires consistent des dindons éviscérés et sont rapportés au coût net réalisable qui est moindre que le prix coûtant. Les coûts d'entreposage, d'intérêts et autres sont rapportés dans l'année où la dépense est encourue.

b) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont rapportées au prix coûtant. Toutes les dépenses de réparation et de maintien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de solde déclinant pour l'équipement de bureau à 20% par année, et selon le principe horizontal pour toutes améliorations de bail au-dessus du terme de cinq ans.

2. COMPTES RECEVABLES

	<u>1980</u>	<u>1979</u>
Prélevés des producteurs	\$ 143,638.	\$ 181,261.
Pénalités de sur-production	238,260.	21,942.
Ventes du dindon	13,990.	-
	<u>\$ 395,888.</u>	<u>\$ 203,203.</u>

3. DÉPENSES PRÉPAYÉES

	<u>1980</u>	<u>1979</u>
Frais de promotion	\$ 31,925.	\$ 15,900.
Assurances	2,781.	1,947.
Loyer	-	1,910.
	<u>\$ 34,706.</u>	<u>\$ 19,757.</u>

4. IMMOBILISATIONS

		1 9 8 0		1979
	<u>Coût</u>	<u>Dépréciation accumulée</u>	<u>Valeur nette au livre (80)</u>	<u>Valeur nette au livre (79)</u>
Mobilier et équipement de bureau	\$ 15,967.	\$ 5,748.	\$ 10,219.	\$ 12,774.
Améliorations au bail	<u>2,538.</u>	<u>1,016.</u>	<u>1,522.</u>	<u>2,030.</u>
	<u>\$ 18,505.</u>	<u>\$ 6,764.</u>	<u>\$ 11,741.</u>	<u>\$ 14,804.</u>

5. BAIL DU BUREAU

En vertu d'une entente de bail, l'Office a une obligation contractuelle au montant de \$22,920. pour les douze prochains mois, et de \$72,580. pour le restant du terme du bail qui expire en mars 1984.

6. PÉNALITÉS DE SUR-PRODUCTION

Cette somme a été attribuée à l'Office en vertu de l'Entente de Promotion 1980 entre l'Office et les huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Une somme en dommages-intérêts correspondant à \$0.05 la livre de chair de dindon produite dans une province, et commercialisé en excédent du nombre de livres attribué à ladite province, sera versée à l'Office, en vertu de l'Entente de Promotion. Toutes les sommes payables, en vertu de la présente entente, seront assignées à l'Office Canadien pour promouvoir la consommation du dindon au Canada.

Les pénalités de sur-production sont basées sur les statistiques finales du Ministère Fédéral de l'Agriculture. Des modifications aux pénalités pourraient être apportées pour rectifier toute erreur possible dans les statistiques préliminaires et à la suite des réclamations de force majeure selon les termes de l'Entente de Promotion.

7. ENGAGEMENT FINANCIER

L'Office s'est engagé à verser, au cours de l'année 1981, la somme de \$100,000. pour le financement du projet de recherche sur l'entérite hémorragique.

L'Office a signé un contrat de \$175,000. pour l'étude du Coût de Production qui débutera en 1981.

8. COMMERCIALISATION DU DINDON

La perte sur les profits bruts de la commercialisation du dindon a été causée par les ventes et les recettes du dindon Canner Pack. Un profit brut a été réalisé sur la vente du dindon Cryovac de grade "A".

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BUDGET PROPOSÉ 1981

	1980 Actuel	1981 Budget Proposé
<u>Revenus</u>		
Prélevés des producteurs	\$ 919,217.	\$ 846,958.
Licences	48.	48.
Pénalités de surproduction	238,260.	
	<u>\$1,157,525.</u>	<u>\$ 847,006.</u>

DépensesAdministration

Salaires du personnel	\$ 64,792.	\$ 72,000.
Avantages sociaux du personnel	7,122.	7,150.
Frais de voyage du personnel	13,807.	14,000.
Honoraires des directeurs	17,425.	20,000.
Dépenses des directeurs et gérants	63,056.	60,000.
Services pour le contrat de l'Office	1,945.	1,000.
Services professionnels	25,256.	25,000.
Salles de réunions	4,545.	5,000.
Articles et Equipement de bureau	13,104.	12,000.
Téléphone et Télex	11,843.	12,000.
Timbres et messageries	2,401.	2,500.
Dépenses du Comité Consultatif	271.	1,000.
Traduction	2,808.	3,000.
Loyer, électricité, taxes	18,119.	20,000.
Frais d'administration divers	1,624.	1,600.
Assurances	1,450.	1,450.
Frais de dépréciation	3,063.	3,000.
Transfert au fonds de commercialisation	134,678.	20,000.

Total des dépenses administratives	\$ 387,308.	\$ 280,700.
------------------------------------	-------------	-------------

** Dépenses Extraordinaires

Projet de recherche V.I.D.O.	\$ 100,000.
Etude du Coût de Production	175,000.
	<u>\$ 275,000.</u>

** Le projet de recherche V.I.D.O. constitue une étude spécifique sur la maladie de l'entérite hémorragique des dindons qui sera menée par Veterinary Infectious Disease Organization de Saskatoon.

** Une étude du Coût de Production a été autorisée par les Directeurs de l'O.C.C.D. pour être terminée en 1981, basée sur les résultats de 1980. La somme inscrite au budget reflète les coûts maximum possibles.

Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Budget Proposé 1981 (continuation)

	1980 Actuel	1981 Budget Proposé
<u>Promotion</u>		
Frais de voyage du personnel	\$ 6,096.	\$ 8,000.
Salaires du personnel	33,634.	35,000.
Timbres	2,402.	2,500.
Articles et Equipement de bureau	4,368.	3,750.
Loyer, électricité, taxes	6,040.	5,750.
Téléphone et Télex	1,316.	1,750.
Annonces et réclames	21,080.	70,000.
Production de commerciaux de télévision	223,943.	225,000.
Etude du Marché - ISL	30,089.	36,648.
Expositions	7,983.	10,000.
Institutions	5,912.	15,000.
Programme de renseignements - Fédération Canadienne de l'Agriculture	5,000.	5,000.
Intérêts sur prêts de promotion	7,733.	-
Promotion Zellers	67,980.	-
Promotion des Restaurants - Zellers, C.P.	-	70,000.
Bourses d'études	4,259.	5,000.
Pamphlets	28,406.	-
Campagne de primes	19,358.	15,000.
Livres de recettes	15,592.	60,000.
Publicité de Farm Papers	8,712.	10,500.
Total des dépenses de promotion	\$ 499,903.	\$ 578,898.
Total des dépenses administratives	\$ 387,308.	\$ 280,700.
Total des dépenses extraordinaires	-	\$ 275,000.
	\$ 887,211.	\$1,134,598.
Surplus (déficit)	\$ 270,314.	\$ (387,592.)
Valeur immobilière des membres au 31 décembre 1980		\$ 416,172.
Valeur immobilière des membres au 31 décembre 1981		\$ 28,580.

RAPPORT DU DIRECTEUR DE LA RECHERCHE ÉCONOMIQUE

À LA SEPTIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'O.C.C.D.

LE 18 MARS 1981

En 1980, l'O.C.C.D. a poursuivi l'application du programme économique, tel qu'établi en 1979. Quoique le personnel ait changé en 1980, l'objectif principal est demeuré le même; celui de pourvoir un flot continu de renseignements économiques et statistiques aux membres de l'Office, afin de les aider à prendre des décisions appropriées. Des suggestions sur la révision des données actuelles et la présentation de la méthode de renseignements sont nécessaires et des plus à propos, étant donné la variabilité des besoins des membres. Néanmoins, les besoins non déclarés ne peuvent être contentés.

Depuis le 2 juillet 1980, en qualité de membre du personnel de l'O.C.C.D., mon travail d'équipe, sous la direction des responsables de l'O.C.C.D., fut une mise à l'épreuve mais une expérience satisfaisante.

SOMMAIRE POUR 1980

Au cours de l'année 1980, les rapports hebdomadaires, mensuels et trimestriels sont demeurés relativement les mêmes, puisqu'ils semblent satisfaisants. Les points les plus marquants dans les quelques nouveaux développements en 1980 sont les suivants:

- La production hebdomadaire d'une liste de prix de gros pour le dindon est entrée en vigueur le 1^{er} août 1980;
- une Perspective du Marché a été ajoutée à la Perspective des Viandes Compétitives, afin de permettre l'analyse des autres facteurs qui influencent le marché domestique du dindon;
- une étude approfondie de la centralisation des prix et de la distribution des produits a été entreprise et complétée;
- un service d'informations conjointement avec un système de contrôle des prix provinciaux ont été établis;
- le manuel "Plan de Commercialisation du Dindon Canadien" a été préparé et distribué aux Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon.

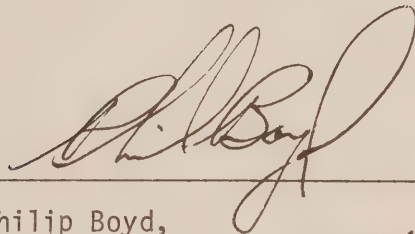
EN PERSPECTIVE POUR 1981

En plus des rapports de routine présentement distribués, certaines sources d'informations exigent une attention particulière:

- Les prix de la moulée du dindon - sur une base provinciale;
- l'analyse du matériel I.S.L., afin que les données présentées deviennent plus significatives;
- une surveillance étroite du marché du dindon Américain, et ses répercussions sur le producteur de dindon Canadien.

Des améliorations à la présentation actuelle des renseignements peuvent s'avérer nécessaires pour satisfaire les besoins changeants des membres de l'Office et, s'il en est ainsi, ces changements seront sérieusement considérés et mis en application.

C'est avec l'anticipation d'une année de défi et de satisfaction que ce rapport est respectueusement soumis.



Philip Boyd,
Directeur de la Recherche Économique
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

CAI
DB60
- A56

Government
Publications



Annual Report Rapport Annuel

1981



Turkey Dindon

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

Turkey Dindon

TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors	1
Agenda for Eighth Annual Meeting.....	2
Chairman's Report.....	3
Administration Report.....	6
Financial Report.....	7
1982 Proposed Budget.....	15
Economic Director's Report.....	17
Appendices.....	18

Turkey Dindon

1981 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mr. Eike Futter	New Brunswick
Vice Chairman	- Mr. Heiko Oegema	Ontario
Executive Member	- Mr. Laurent Mercier	Quebec

Director	- Mr. James Pennington	British Columbia
Director	- Mr. Murray Brown	Alberta
Director	- Mr. Dennis Billo	Saskatchewan
Director	- Mr. William Christmas	Manitoba
Director	- Mr. David Davies	Nova Scotia

1981 C.T.M.A. STAFF

Mrs. Margaret Krowchuk	- Executive Assistant
Mr. Philip Boyd	- Director of Economic Research
Mrs. Diane Stoneman	- Secretary



CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

EIGHTH ANNUAL MEETING

MARCH 17, 1982 - 2:30 P.M.

TOP 'O' THE HILL ROOM

SKYLINE HOTEL, OTTAWA

A G E N D A

1. Call to Order
2. Approval of Agenda
3. Approval of Minutes of Seventh Annual Meeting
4. 1981 Report
5. Chairman's Report
6. Audited 1981 Financial Report - Proposed 1982 Budget
7. Marketing Report
8. National Farm Products Marketing Council
9. Appointment of Auditors
10. Confirmation of Voting Members
11. Chairman Declares C.T.M.A. Offices Vacant
12. Appointment of Interim Chairman
13. Election Procedures and Appointment of Scrutineers
14. Election of Officers for 1982
15. Other Business
16. Date for Ninth Annual Meeting
17. Adjournment

CHAIRMAN'S REPORT TO THE
EIGHTH C.T.M.A. ANNUAL MEETING
MARCH 17, 1982

The year 1981 brought many challenges before the Agency and our industry partners. This report will review 1981 and the effects it will have on future years.

One of the challenges facing the Agency in recent years has been the allocation of overbase quota. In March the Agency Directors voted in favour of accepting a "Benchmark Quota" which addresses the inequities of the past overbase allocations and ensures the supply of local demand without altering the historical base production. This new method of overbase allocation will hopefully recognize the changing Canadian economic climate surrounding population shifts, increased transportation costs and provincial economies, and will ensure the maintenance of a viable primary breeder industry while meeting the objectives of the Provincial Turkey Marketing Boards. The achievement of this goal has been difficult and will require reassessment from time to time to address new realities in the marketplace.

Due to high storage stocks (37 million pounds) at the end of 1980, the 1981 national production quota was set at 204,250,000 pounds, which represented a decrease of 12,699,000 pounds from the 1980 production.

The drop in allocation, which was implemented following consultation with all sectors of the turkey industry, resulted in an upward trend of producer prices which aligned them more closely to the cost of production.

The lower 1981 production, coupled with lower U.S. prices, created a heavy demand for supplemental import requests to I.T. & C. However, towards the end of 1981, in view of anticipated high storage stocks, C.T.M.A. was asked to reduce the 1982 production quota by five million pounds. It is my opinion that this step would lead to the shorting of the Canadian market of Canadian product in favour of American turkey which, for the immediate term, is less costly but without guarantee that reduced costs would benefit the consumer. These circumstances will lead to the collapse of the Canadian turkey industry and would not only put Canadian producers out of business but would create unemployment beyond the farm gate. It is essential to the Canadian economy that the agricultural productivity in Canada be maintained at the highest level possible.

C.T.M.A. was fortunate to observe only a limited and varied amount of supplementary imports entering Canada during 1981, which is notable in light of year end storage stocks of 29 million pounds. In my view, approximately 28 to 29 million pounds are necessary to meet Canadian demand in view of the blend of products required in today's market.

To counteract the import pressures which have been outlined, and to realize the benefits of the new benchmark quota which has been established, I submit the following proposals to the members of C.T.M.A.

1. If pressure for supplemental imports or a visible shortage of a specific category or weight range existed prior to our quota year end, a special licence issued by C.T.M.A. to the Provincial Boards would enable product being held due to quota constraints to be fed into the market system.
2. Change our year end to a time when turkey is not in such great demand - away from the Easter, Thanksgiving and Christmas markets.
3. Obtain first receivership of supplemental imports and use any revenues generated to export market development.
4. Production by category, with enough advance notice by the processing industry, to achieve a lower year end storage stock.

It is my belief that these actions will provide flexibility in the system and add even greater significance to supply management in turkeys.

C.T.M.A. promotion programmes in 1981, though not as extensive as in previous years, covered the following areas:

Menu development with C.P. Hotels and Zellers; co-ordinated development of a new turkey cookbook; an all Canadian point of sale programme with Bick's Pickle; in co-operation with Flowers Canada developed pictures of turkey dishes to be used in magazines and advertisements; adopted a policy of provincial assistance in advertising rather than national programmes; and developed processor incentives through the use of scholarship awards on behalf of the winning processors.

With the inception of Canagrex and the paper "Challenge for Growth", and in view of the slow growth in the Canadian turkey market bringing minimal return on the promotional cost-effect ratio, I feel we should put more emphasis on export market development. In this manner, we could more readily fill our own market requirements and use surpluses as an export orientation programme.

Due to the fast changing economic realities of the immediate past and foreseeable future, the Directors of C.T.M.A. felt it necessary to update our Cost of Production Formula. This study will not only update the components but re-evaluate the costs as they exist in the three categories, namely: broilers, hens and toms, in all producing provinces. The firm of Thorne, Stevenson & Kellogg was retained to do the actual work, with National Farm Products Marketing Council (C.T.M.A.'s supervisory body) involved as scrutineers. This study should be finalized in the early part of 1982, and ready for use by the provinces soon after that.

C.T.M.A. was instrumental this past year in organizing a meeting of the three national agencies. These agencies have a common denominator and working on common concerns can only be beneficial. This could be broadened into other commodities to achieve a closer liaison with the agricultural sectors.

In the past year, we obtained the services of a new General Manager, Ken Crawford, who, because of his long association with the turkey industry, fits smoothly into the operation. I wish Ken, a meticulous, self-made turkey industry man, the best of luck in this demanding position. It is of utmost importance to maintain close working relations between the provinces and C.T.M.A. to achieve the desired positive effect on the total turkey industry.

In closing, I would like to thank the Minister of Agriculture, Eugene Whelan, for his unrelenting support for supply management in agriculture.

The Federal Department of Agriculture helps us achieve our yearly goals through their varied departments. Thank-you.

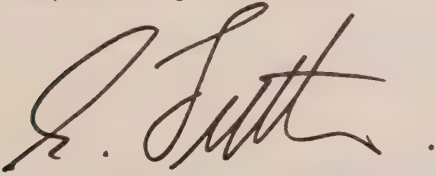
The N.F.P.M.C., through their supervisory role, monitor the Agency to ensure that we do not stray too far afield, and also acts as a buffer to varied criticism from other sectors of society. Thank-you for that important role.

The Canadian Poultry & Egg Processors Council and our Consultative Members are special resource people we depend on for expert advice which is appreciated throughout the year. Thank-you.

The Directors, Managers and Alternates of each province have a difficult task to perform. They are provincial representatives who are concerned with the total turkey picture, sometimes a very frustrating assignment. My special thank-you.

Last but not least, a sincere thank-you to staff members, Marg Krowchuk, Diane Stoneman and Phil Boyd, who, through sincere dedication, were an inspiration to myself and our directorate.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'E. Futter', followed by a period. The signature is fluid and cursive.

Eike Futter
Chairman
Canadian Turkey Marketing Agency

ADMINISTRATION REPORT TO THE
EIGHTH C.T.M.A. ANNUAL MEETING
MARCH 17, 1982



1981 was a busy and demanding year for Agency members and staff.

Throughout the year, six C.T.M.A. meetings were held including the Annual meeting and Signatory meeting in March. In addition, four Directors meetings, nine Executive meetings and two Promotion seminars were called.

The Promotion seminars hosted by Ontario in January and Manitoba in October, enabled the Provincial Boards to share their promotion efforts with the other provinces and resulted in a new direction for the Agency's role in national promotion.

Early in the year, the Executive was asked to supervise the Cost of Production Study in addition to their usual functions.

The search for a General Manager required the attendance of the Directors at meetings throughout the Summer and Fall. During this period, the office staff - Executive Assistant, Economist and Secretary, continued to carry out the functions of the Agency and provide the necessary services to the members and other industry associates.

Included in the list of accomplishments arising from this year of activity are: the establishment of a "Benchmark" for the more equitable allocation of overbase quota; the provision of credits for the Primary Breeder Industry; a new Cost of Production Study; the production of a new recipe and information booklet entitled "Turkey Anytime" in French and English; a point of sale promotion with Robin Hood Multifoods; restaurant promotions with C.P. Hotels and Zellers; a joint magazine promotion with Flowers Canada and, in November, Mr. Kenneth Crawford was hired as the General Manager of C.T.M.A.

Again in 1981, C.T.M.A. purchased canner pack turkeys to ensure that product would be available to the further processing industry in the early months of 1982.

C.T.M.A. staff wishes to convey their appreciation to all of the Agency members, N.F.P.M.C., the Consultative Committee and Agriculture Canada for their assistance and cooperation. A special note of thanks goes to the Chairman who was always available to give us direction and assistance.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in cursive script that reads "Margaret Krowchuk".

Margaret Krowchuk
Executive Assistant/Interim Manager
Canadian Turkey Marketing Agency

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1981

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS.

E G ROBINSON, C A
R W LOTT, C A.
W J BROHMAN, C A
K W EDWARDS, C A
J H SIMPSON, C A.
J O ARNOLD, C A
W H MONTGOMERY, C A
A PERROTTA, C A
D J WEILER, C A.
G C ROBINSON, C A
D H MACKENZIE, C A
R E WIGHTMAN, C A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1981 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Agency as at December 31, 1981 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Robinson Lott & Brohman

Guelph, Ontario
March 1, 1982

Chartered Accountants.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1981

A S S E T S

	1981	1980
CURRENT		
Cash	\$121,009	\$ 100
Accounts receivable (note 2)	154,952	395,888
Inventory	399,783	128,642
Prepaid expenses (note 3)	<u>2,153</u>	<u>34,706</u>
	677,897	559,336
FIXED (note 4)	<u>10,350</u>	<u>11,741</u>
	<u>\$688,247</u>	<u>\$571,077</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Bank loan (note 8)	\$263,372	\$ -
Accounts payable and accrued liabilities	239,891	107,011
Bank overdraft	<u>-</u>	<u>47,894</u>
	503,263	154,905
EQUITY	<u>184,984</u>	<u>416,172</u>
	<u>\$688,247</u>	<u>\$571,077</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1981

	1981	1980
EQUITY, beginning of year	\$416,172	\$145,858
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE	<div style="text-align: center;">-</div> <div style="text-align: right;">416,172</div>	<div style="text-align: right;">270,314</div> <div style="text-align: right;">416,172</div>
EXCESS OF EXPENDITURE OVER REVENUE	(231,188)	-
EQUITY, end of year	<u>\$184,984</u>	<u>\$416,172</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1981

	1981	1980
REVENUE		
Producer levies	\$871,190	\$919,217
Interest and licences	<u>16,617</u>	<u>48</u>
	<u>887,807</u>	<u>919,265</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative	149,899	94,953
Remuneration to officers and staff	137,440	123,257
Directors and staff travel	<u>118,874</u>	<u>82,181</u>
	<u>406,213</u>	<u>300,391</u>
PROMOTION		
Cost of production study	168,389	-
Donation to Veterinary Infectious Disease Organization	100,000	-
Institutional promotion	76,497	77,099
Sales promotion	40,070	31,743
Market research	36,648	30,089
Advertising	21,013	282,141
Information program	5,000	5,000
Trade shows	4,498	7,983
Staff travel	3,403	6,096
Interest	853	7,732
Scholarships	-	4,259
	<u>456,371</u>	<u>452,142</u>
	<u>862,584</u>	<u>752,533</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>25,223</u>	<u>166,732</u>
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	128,565	531,685
Cost of turkeys sold	<u>128,642</u>	<u>550,254</u>
Gross (loss)	(<u>77</u>)	(<u>18,569</u>)
Other expenses		
Storage costs	12,422	46,983
Interest	5,069	67,716
Insurance	583	581
Commissions	-	829
	<u>18,074</u>	<u>116,109</u>
LOSS ON SALES	(<u>18,151</u>)	(<u>134,678</u>)
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (REFUND) (note 6)	(<u>238,260</u>)	<u>238,260</u>
EXCESS OF EXPENDITURE OVER REVENUE for the year	<u>(\$231,188)</u>	<u>\$270,314</u>

see accompanying notes .

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1981

	1981	1980
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 98,820	\$ 98,426
Directors' fees	31,013	17,425
Employee benefits	<u>7,607</u>	<u>7,406</u>
	<u>\$137,440</u>	<u>\$123,257</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Rent, taxes and utilities	26,572	\$ 24,159
Professional fees	46,018	21,906
Office supplies and expense	14,095	17,472
Telephone and telex	17,329	13,159
Postage and courier	2,801	4,803
Audit	5,150	3,350
Depreciation	2,842	3,063
Translations	3,616	2,808
Office contract services	1,223	1,945
Sundry administration	1,637	1,624
Insurance	433	393
Consultative committee	578	271
General manager recruitment cost	<u>27,605</u>	<u>-</u>
	<u>\$149,899</u>	<u>\$ 94,953</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$ 96,803	\$ 63,056
Staff travel	16,062	13,807
Meeting rooms	5,425	4,745
Travel insurance	<u>584</u>	<u>573</u>
	<u>\$118,874</u>	<u>\$ 82,181</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1981

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

(a) INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at the lower of cost and net realizable value. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

(b) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1981	1980
Producer levies	\$154,952	\$143,638
Overproduction contributions (note 6)	-	238,260
Turkey sales	-	13,990
	<u>\$154,952</u>	<u>\$395,888</u>

3. PREPAID EXPENSES

	1981	1980
Insurance	\$ 2,153	\$ 2,781
Promotion costs	-	31,925
	<u>\$ 2,153</u>	<u>\$ 34,706</u>

4. FIXED ASSETS

	1 9 8 1			1980
	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	NET BOOK VALUE	NET BOOK VALUE
Furniture and office equipment	\$ 17,418	\$ 8,082	\$ 9,336	\$ 10,219
Leasehold improvements	<u>2,538</u>	<u>1,524</u>	<u>1,014</u>	<u>1,522</u>
	<u>\$ 19,956</u>	<u>\$ 9,606</u>	<u>\$ 10,350</u>	<u>\$ 11,741</u>

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1981

5. LEASE COMMITMENT

The Agency is committed under several leases for office premises, equipment and an automobile to pay \$38,238 over the next twelve months and \$71,213 over the remaining term of the leases.

6. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (REFUND)

The Agency decided to refund all 1980 overmarketing contributions in the current fiscal year. These contributions represent the amount assigned to the Agency under the 1980 Promotion Agreement between the Agency and the eight provincial producer marketing boards. This sum represented the penalty of \$.05 per pound for each pound of turkey meat processed in a province in excess of the provincial allotment under the Promotion Agreement.

The overproduction contributions for the 1981 year have not been accrued in the financial statements since they are considered to be a contingent asset. The contributions are based on final Canada Department of Agriculture Statistics which are not yet available. Adjustments may be required to the preliminary overproduction contributions to correct any error in the preliminary statistics from Canada Department of Agriculture, for claims under the force majeure provision of the Promotion Agreement or for any other adjustments the Agency feels are justified. The preliminary overproduction contribution calculation, before any of the above adjustments are accounted for, provides for a penalty of \$46,800. The contribution will be recorded in the accounts when the sum has been finalized.

7. CONTINGENT LIABILITIES

An action against the Agency has been commenced by the former general manager of the Agency claiming damages for wrongful dismissal in the aggregate of \$215,000 plus costs. The Agency denies any liability and is defending the action.

8. ASSETS PLEDGED

The inventory and accounts receivable have been pledged as security for the bank loans.

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

PROPOSED BUDGET 1982



	1981 ACTUAL	1982 PROPOSED BUDGET
<u>Revenue</u>		
Producer Levies	\$ 871,190	\$ 885,542
Interest Income	16,585	9,600
Miscellaneous	32	50
	<hr/>	<hr/>
	\$ 887,807	\$ 895,192
<u>Expenses</u>		
<u>Administrative</u>		
Staff Salaries	\$ 70,863	\$ 74,500
Staff Benefits	7,607	7,000
Staff Travel	16,062	15,500
Directors' Fees	31,013	25,000
Directors' and Managers' Expenses	96,803	75,000
Insurance	817	1,500
Professional Services	51,168	50,000
Rent	18,981	20,000
Utilities and Taxes	1,264	1,300
Telephone and Telex	15,596	16,000
Office Supplies and Expenses	10,571	12,000
Postage and Courier Services	1,400	2,500
Office Contract Services	1,223	1,000
Meeting Room Expense	5,625	6,000
Consultative Committee Expense	578	1,000
Translation	3,616	3,000
Sundry Administrative Expense	1,637	1,650
Depreciation Expense	2,842	3,000
Marketing Expense	18,151	55,000
General Manager Recruitment	27,605	-
	<hr/>	<hr/>
Total Administrative Expenses	\$ 383,422	\$ 370,950
<u>Extraordinary Fiscal Expense</u>		
V.I.D.O.	\$ 100,000	\$ -
Cost of Production Study	168,389	25,000
	<hr/>	<hr/>
Total Extraordinary Expense	\$ 268,389	\$ 25,000

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

PROPOSED BUDGET 1982 (continuation)

	1981 ACTUAL	1982 PROPOSED BUDGET
Promotion		
Staff Travel	\$ 3,403	\$ 8,000
Staff Salaries	27,957	37,500
Postage and Courier Service	1,401	2,500
Office Supplies and Expenses	3,524	3,750
Rent and Premises	6,327	7,000
Telephone and Telex	1,733	1,750
Market Research	36,648	40,000
Trade Shows	4,498	10,000
Institutional	11,585	15,000
C.F.A. Information Services	5,000	10,000
Scholarships	-	5,000
Premium Promotion Expense	38,965	-
Recipe Book	855	35,000
Farm Papers Advertising	11,818	14,000
Home Economist Committee Expense	-	10,000
Zellers and C.P. Hotels Promotion	64,912	-
Advertising Bank Loan Charges	853	-
Sundry Promotion Expense	-	5,000
Television Production	8,344	-
Television Time	1,101	-
Teacher's Guide Kit	-	10,000
Over-Production Levy Expense	238,260	-
Total Promotion Expense	\$ 467,184	\$ 214,500
Total Administrative Expense	\$ 383,422	\$ 370,950
Total Extraordinary Expense	\$ 268,389	\$ 25,000
Total All Expenses	\$ 1,118,995	\$ 610,450
Surplus (Deficit)	\$ (231,188)	\$ 284,742
Member's Equity at December 31, 1981		\$ 184,984
Member's Equity at December 31, 1982		\$ 469,726

ECONOMIST'S REPORT TO THE

EIGHTH C.T.M.A. ANNUAL MEETING

MARCH 17, 1982

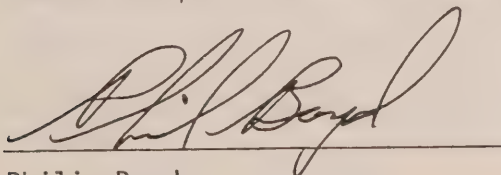
Throughout 1981, the flow of market, economic and statistical information to the Agency and Industry members remained relatively unchanged in terms of report content, format and frequency from 1980. It is hoped that the information disseminated has been beneficial to the recipients and that it has satisfied their informational requirements.

Attendance at numerous industry, marketing and agribusiness seminars and meetings highlighted 1981. These sessions proved to be very profitable and informative. It was an unexpected pleasure and privilege to represent the Canadian Turkey Marketing Agency on a panel, discussing the further processing of turkey, at the Canadian Poultry and Egg Processors Council Annual Convention in Saskatoon during October 1981.

From mid-October to late December, the Canadian Turkey Marketing Agency became very involved in the rigorous activity which took place in the Canadian turkey markets. Caught between the Christmas buying season, a fierce retail food price war, and extremely low turkey prices in the United States, C.T.M.A., along with the Canadian Department of Industry, Trade and Commerce, faced heavy pressure for the issuance of approximately ten million pounds of supplementary import permits for turkey. Fortunately, only a small amount of permits were issued, otherwise, turkey stocks in storage on December 31, 1981 may well have been thirty-nine million pounds instead of twenty-nine million pounds.

Looking ahead into 1982, there are several issues facing the Agency which need more intensive research and attention: provincial feed prices; categorization of production; the magnitude of the hotel, restaurant and institutional trade; streamlining the current data flow in order to more adequately meet the needs of the industry; etc.

My 1980 Annual Report was submitted to the C.T.M.A. directorate in anticipation of a challenging and gratifying 1981. Indeed, 1981 was not only challenging but also, at times, very trying and tiring. In the end, however, 1981 was a very gratifying and rewarding year. It is with the same anticipations for 1982 that this report is respectfully submitted.



Philip Boyd
Director of Economic Research
Canadian Turkey Marketing Agency

Turkey Dindon

MARKET OUTLOOK

Cattle:

Cattle slaughter in the U.S. during the first half of 1982 is expected to be at approximately the same level as during the first half of 1981. During the second half of 1982, American cattle slaughter is expected to rise above second half 1981 levels, in response to a very adequate supply of feeder cattle and relatively low feed prices. In total, 1982 slaughter is expected to be up 3-4% over 1981 levels. The cattle are expected to be marketed heavier this year as they will be fattened on lower priced feed. As a result, the price outlook for U.S. slaughter cattle is not very optimistic.

The Canadian cattle markets are still suffering from chronic oversupply. Canadian consumption of beef has dropped to approximately 90 pounds/capita from 110 pounds/capita in 1976. It is thought that the federal monetary policies, creating a poor economic climate for beef purchases, have lead to this 20% decrease in consumption and thus low prices.

The Canadian supply is expected to drop 2% during the first half of 1982, as compared to the first half of 1981, thus encouraging some price strength during this period. This price strength, however, will likely be stifled as supply will still be in excess of demand, consumer demand will remain weak, and competitive meat prices are not expected to increase significantly.

Hogs:

The American hog market outlook for 1982 is not very positive. Although first half slaughter is expected to decrease by 5-7% from the first half of 1981; second half slaughter is expected to increase as indicated by the U.S.D.A. farrowing intentions. The U.S.D.A. reductions in pig numbers is less than forecast and price-reducing volumes will be marketed this year. 1982 hog production will likely be at about the same level as last year.

A similar pattern is expected in the Canadian hog markets throughout 1982. Hog kills in Canada during the first six months of 1982 are expected to fall by 3-5% from last year. Second half slaughter is expected to be on par and probably marginally higher than the second half slaughter of 1981. As a result, price increases are anticipated during the January-June 1982 period but this price strength will no doubt waver during the July-December period of 1982.

Chicken:

Preliminary storage stocks of chicken on January 1, 1982 in Canada were 39.5 million pounds, a 41.5% increase from January 1, 1981 levels of 27.9 million pounds. Production quota for 1982 was increased by 3.7% from 1981 quota of 818.6 million pounds to 848.9 million pounds. Total 1982 domestic chicken supplies look to be very adequate.

The Canadian demand for chicken is expected to strengthen through 1982, in response to marginally increasing red meat prices during the first half of the year, lower producer prices (as a result of lower feed costs, which will offset increase chick and interest costs) and retail features.

Turkey (U.S.):

During 1981, the American turkey markets were in a situation of extreme oversupply and extremely low prices.

Although supply is coming back into line, the wholesale prices in the U.S. are still lower than normal on hens, toms and canner pack.

One hundred and sixty-eight million turkeys were produced in the U.S. last year. This was the largest crop ever. Production is expected to fall back by 5-6% during 1982. The third quarter movement of turkey in the U.S. was extremely good because all sectors lost money. Turkey was retailing for 49-69 cents per pound across the nation, and dipped to 35 cents in some locations on the West Coast.

In general, 1982 is anticipated to be a more profitable year than 1981 in the American turkey industry but it will take some time before the losses incurred in 1981 are recouped.

Feed Grains:

The feed grain outlook is less than optimistic for crop producers, as North American grain prices are in a rather depressed state, and there is little hope of improvement in the near future. For producers marketing feed grains, through livestock, low grain prices are welcome, especially in light of this time of low returns for livestock production.

World stocks of coarse grains are expected to be up by 25% from last year. The greatest proportion of this increase occurred with a bumper crop in the U.S. and thus North American prices are under downward pressure. This situation is exacerbated by a low domestic demand for feed grain. The U.S. corn crop was 23% larger than last year and thus corn prices are expected to be 9-17% below the 1980-81 average in the U.S. Soybean prices are affected in a similar manner.

Canadian coarse grain production was up 17% from the 1980-81 crop. The Ontario corn crop was up to 200 million bushels from 185 million bushels (+8%). The Canadian wheat crop was up 27% from 1980-81. The effect of the bumper crops is evidenced in the current grain prices.

Farm Input Costs:

The current economic conditions largely influence the farm input costs and the demand for these inputs:

- fertilizer demand is expected to decline by 3-5% from last year and prices are expected to stabilize and increase only marginally from last year;
- pesticide prices, due to increases in energy and transportation costs, will rise by about 12%;
- machinery prices are expected to rise by 9%;
- labour costs are expected to increase 10%;
- the largest increase in total cost structures will likely be seen again in rising credit charges.

Farm Income:

In Canada, total farm income forecasts show a 15% drop in 1982 from 1981; farm cash receipts will show a 4% increase; operating expenses and depreciation charges will show a 10% increase.

<u>Farm Income Situation *</u> (billions of dollars)	<u>1 9 8 2</u>	<u>1 9 8 1</u>	<u>% Change</u>
Net Realized Farm Income	3.4	4.0	- 15%
Farm Cash Receipts	19.2	18.4	+ 4%
Operating Expenses and Depreciation Charges	16.1	14.6	+ 10%

* C.D.A. and Statistics Canada Forecasts.

The Economy:

The Federal Government's monetary and fiscal policies are not expected to change and thus the recessionary trends may continue.

In 1980, there was no real economic growth. In 1981, real economic growth, after discounting for 12.5% inflation, was 3%. Real economic growth in 1982 is forecast at 1-2%.

Interest rates, although gradually decreasing, are soon expected to climb, but not to the heights experienced in mid-1981.

Inflation may slow down marginally.

The general economic outlook is not very optimistic, but there may be a light at the end of the tunnel, as a certain degree of stability may return.

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated pounds)*

	1980	1981**	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
BRITISH COLUMBIA	20,771	18,583								
ALBERTA	19,092	17,030								
SASKATCHEWAN	8,169	7,358								
MANITOBA	17,184	15,967								
ONTARIO	92,710	90,005								
QUEBEC	52,609	48,508								
NEW BRUNSWICK	2,304	2,405								
NOVA SCOTIA	4,261	3,804								
CANADA	217,100	203,660								

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

** Preliminary

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
BRITISH COLUMBIA	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUEBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NEW BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOVA SCOTIA	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
B.C.	9.57	9.12								
ALTA.	8.79	8.36								
SASK.	3.76	3.61								
MAN.	7.92	7.84								
ONT.	42.70	44.19								
QUE.	24.23	23.82								
N.B.	1.06	1.17								
N.S.	1.96	1.88								
CANADA	100	100								

ROLLING FOUR-YEAR AVERAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970-73 Market Share	1971-74 Market Share	1972-75 Market Share	1973-76 Market Share	1974-77 Market Share	1975-78 Market Share	1976-79 Market Share
B.C.	9.47	9.88	9.67	9.71	9.55	9.49	9.54
ALTA.	8.53	8.31	8.62	8.22	8.06	8.05	7.92
SASK.	3.67	3.65	3.75	3.70	3.64	3.72	3.72
MAN.	8.35	8.32	7.93	7.92	8.07	8.03	8.33
ONT.	41.83	40.87	41.89	42.72	43.66	44.60	44.42
QUE.	26.84	27.50	26.61	25.59	24.52	23.44	23.24
N.B.	.34	.37	.49	.70	.91	1.03	1.12
N.S.	.99	1.11	1.30	1.44	1.60	1.64	1.72
CANADA	100	100	100	100	100	100	100

ROLLING FOUR-YEAR AVERAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1977-80 Market Share	1978-81 Market Share	1979-82 Market Share	1980-83 Market Share	1981-84 Market Share	1982-85 Market Share	1983-86 Market Share
B.C.	9.53	9.43					
ALTA.	8.07	8.15					
SASK.	3.76	3.78					
MAN.	8.21	8.03					
ONT.	43.90	44.02					
QUE.	23.61	23.68					
N.B.	1.11	1.11					
N.S.	1.80	1.80					
CANADA	100	100					



TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
Conseil d'Administration	1
Ordre du Jour - Huitième Assemblée Annuelle	2
Rapport du Président	3
Rapport d'Administration	7
Rapport Financier	9
Budget 1982	17
Rapport du Directeur de la Recherche Economique	19
Annexes	21



CONSEIL D'ADMINISTRATION 1981

Président	- M. Eike Futter	Nouveau-Brunswick
Vice-Président	- M. Heiko Oegema	Ontario
Membre Exécutif	- M. Laurent Mercier	Québec

Directeur	- M. James Pennington	Colombie-Britannique
Directeur	- M. Murray Brown	Alberta
Directeur	- M. Dennis Billo	Saskatchewan
Directeur	- M. William Christmas	Manitoba
Directeur	- M. David Davies	Nouvelle-Ecosse

PERSONNEL DE L'O.C.C.D.

Mme Margaret Krowchuk	- Assistante Administrative
M. Philip Boyd	- Directeur de la Recherche Economique
Mme Diane Stoneman	- Secrétaire

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

HUITIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE

LE 17 MARS 1982 - 2:30 P.M.

SALLE "TOP 'O' THE HILL"

HÔTEL SKYLINE, OTTAWA



O R D R E D U J O U R

1. Appel à l'ordre
2. Approbation de l'ordre du jour
3. Approbation du procès-verbal de la septième assemblée annuelle
4. Rapport 1981
5. Rapport du Président
6. Rapport financier 1981 des vérificateurs - Budget proposé pour 1982
7. Rapport de commercialisation
8. Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles
9. Nomination des vérificateurs
10. Confirmation des membres ayant droit de vote
11. Président déclare les bureaux de l'O.C.C.D. vacants
12. Nomination du Président intérimaire
13. Procédures électorales et nomination des scrutateurs
14. Election du Conseil d'Administration 1982
15. Autres
16. Date pour la neuvième assemblée annuelle
17. Ajournement

RAPPORT DU PRÉSIDENT À LA

HUITIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'O.C.C.D.

LE 17 MARS 1982

Au cours de l'année 1981, l'Office et nos collègues de l'industrie ont affronté plusieurs défis. Ce rapport vous donnera un compte rendu de l'année 1981 et des effets que celle-ci produira au cours des années à venir.

Un des défis relevé par l'Office au cours des dernières années a été l'attribution des contingents en sus de la base. Au mois de mars dernier, les Administrateurs de l'Office ont voté en faveur d'un contingent "benchmark" qui avait pour but de résoudre les injustices des attributions antérieures en sus de la base et permettrait de pourvoir à la demande locale sans toutefois changer la base de production historique. Cette nouvelle méthode d'attribution en sus de la base saura reconnaître, nous l'espérons, le climat économique inconstant des Canadiens, suscité par les changements de population, les frais accrus du transport et l'économie des provinces, et assurera le maintien d'une industrie de reproduction primaire viable tout en respectant les objectifs des Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. La réalisation de cet exploit a été difficile à atteindre et exigera une réévaluation de temps à autre afin de répondre aux nouvelles exigences du marché.

En raison des stocks élevés d'entrepôt (37 millions de livres) à la fin de l'année 1980, le contingent national de production de 1981 a été établi à 204,250,000 livres, ce qui représente une réduction de 12,699,000 livres sur la production de 1980.

Cette baisse d'attributions, qui a été mise à l'exécution à la suite de consultations avec tous les secteurs de l'industrie du dindon, a provoqué une hausse de prix des producteurs, leur permettant ainsi de se rapprocher de leur coût de production.

La baisse de production en 1981 ainsi que les bas prix aux Etats-Unis ont contribué à une forte demande d'importations supplémentaires au Ministère de l'Industrie et du Commerce. Cependant, vers la fin de l'année 1981 et en prévision des stocks élevés en entrepôt, on a demandé à l'O.C.C.D. de réduire le contingent de production de 1982 par cinq millions de livres. A mon point de vue, cette démarche conduira à une insuffisance de produits Canadiens sur le marché Canadien et favorisera le dindon Américain qui est, pour la période actuelle, moins coûteux, sans toutefois garantir que ces coûts réduits seront bénéficiés par le consommateur. Cette situation conduira à l'effondrement éventuel de l'industrie du dindon Canadien et provoquera non seulement la faillite de nombreux producteurs Canadiens mais suscitera du chômage au-delà des barrières de la ferme. Il est essentiel pour l'économie Canadienne que la production agricole Canadienne soit maintenue au plus haut niveau possible.

L'O.C.C.D. était heureux de constater qu'un nombre limité et varié d'importations ont été admises au Canada au cours de l'année 1981; ce qui est remarquable en raison des stocks d'entrepôt de fin d'année de 29 millions de livres. J'estime qu'environ 28 à 29 millions de livres sont nécessaires pour satisfaire la demande Canadienne compte tenu de la variété des produits exigés sur le marché d'aujourd'hui.

Pour contrebalancer les pressions soulevées par les demandes d'importation déjà mentionnées, et pour profiter des bénéfices du nouveau contingent "benchmark", je sou mets à l'O.C.C.D. les propositions suivantes:

1. Dans l'éventualité de pressions exercées par des importations supplémentaires ou par une insuffisance évidente d'une catégorie spécifique ou d'une gamme de poids avant notre fin d'année de contingentement, un permis spécial émis par l'O.C.C.D. aux Offices Provinciaux permettrait au produit retenu, en raison des restrictions du contingent, d'être introduit sur le marché.
2. Changer notre fin d'année pour une période où la demande pour le dindon est beaucoup moins forte - loin des marchés de Pâques, de l'Action de Grâce et de Noël.
3. Obtenir le rôle d'Administrateur Principal des importations supplémentaires et utiliser les revenus réalisés pour le développement des marchés d'exportation.
4. Une production par catégorie, avec un avis au préalable provenant de l'industrie de la transformation, nous permettant ainsi de réduire nos stocks d'entrepôt de fin d'année.

Je suis convaincu que ces démarches permettront plus de flexibilité dans le système et donnera une plus grande importance à la gestion des approvisionnements du dindon.

Bien que limitées par rapport aux années précédentes, l'O.C.C.D. a participé au cours de l'année 1981 aux campagnes de promotion suivantes:

La création de menus avec les hôtels du Canadien Pacifique et les restaurants Zellers; coordonner l'édition d'un nouveau livre de recettes pour mets à la dinde; le développement d'une campagne de promotion Canadienne de point de vente pour les cornichons Bick's; la production de photographies de mets à la dinde pour être utilisées dans des périodiques et des annonces publicitaires, en collaboration avec Fleurs Canada; l'adoption d'une politique d'assistance provinciale plutôt que des programmes nationaux; et susciter l'intérêt des transformateurs par la remise de bourses d'études au nom des transformateurs gagnants.

Avec l'introduction de Canagrex et de la stratégie "Défi des Années 80", et en raison d'une croissance ralentie du marché Canadien du dindon qui rapporte un revenu minimum sur la proportion du coût des bénéfices de la promotion, je crois que nous devrions insister davantage sur le développement des marchés d'exportation. De cette manière, nous pourrions plus facilement répondre à

nos exigences du marché et utiliser les excédents vers un programme de développement des marchés d'exportation.

Vu le changement rapide de la situation économique du passé immédiat et des prévisions pour l'avenir, les Administrateurs de l'O.C.C.D. ont cru nécessaire de mettre à jour notre formule de calcul des coûts de production. Cette étude permettra non seulement la mise à jour des composantes mais réévaluera les coûts tels qu'ils existent actuellement dans les trois catégories suivantes: les dindons à griller, les dindons femelles et les dindons mâles, dans toutes les provinces productrices. La maison Thorne, Stevenson et Kellogg a été choisie pour effectuer ce travail et le Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles (Surveillant de l'O.C.C.D.) à titre de scrutateurs. Cette étude devrait être terminée au tout début de l'année 1982 et mise en application par les provinces peu de temps après.

Au cours de l'année dernière, l'O.C.C.D. a convoqué une assemblée des trois offices nationaux. Ces offices ont un dénominateur commun et travailler à résoudre des préoccupations réciproques ne peut être que bénéfique. Ce procédé pourrait s'appliquer à d'autres denrées afin d'établir des liaisons plus étroites avec les secteurs de l'agriculture.

Au cours de l'année dernière, nous avons obtenu les services d'un nouveau Gérant Général, Ken Crawford, qui, en raison de sa longue association dans l'industrie du dindon, convient parfaitement au sein de notre entreprise. Je souhaite à Ken, un homme méticuleux et autodidacte de l'industrie du dindon, la meilleure chance possible dans ce poste exigeant. Il est de la plus haute importance de maintenir d'étroites relations de travail entre les provinces et l'O.C.C.D., afin d'obtenir les résultats positifs désirés sur l'industrie globale du dindon.

Pour terminer, j'aimerais remercier le Ministre de l'Agriculture, Eugene Whelan, pour son appui inexorable du système de la gestion des approvisionnements dans l'agriculture.

Le Ministère Fédéral de l'Agriculture nous aide à réaliser annuellement nos objectifs par l'entremise de leurs nombreux départements. Merci.

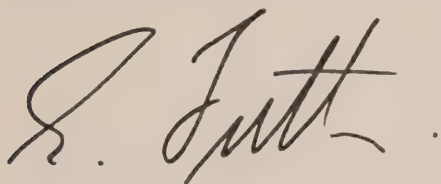
Le Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles, par son rôle de surveillant, contrôle l'Office afin de s'assurer que nous respectons nos droits, et exerce à l'occasion le rôle de bouclier aux critiques des différents secteurs de la société. Merci pour ce rôle important.

Le Conseil Canadien des Transformateurs d'Oeufs et de Volailles et nos membres du Comité Consultatif sont des personnes de ressources d'une importance capitale sur lesquelles nous comptons pour leur expertise qui est appréciée tout au cours de l'année. Merci.

Les Administrateurs, Gérants et Alternants de chaque province ont une tâche difficile à remplir. Ils sont des représentants provinciaux qui s'intéressent à tous les aspects de l'industrie du dindon, une tâche souvent ingrate. Mes sincères remerciements.

Pour terminer, je tiens à remercier tout particulièrement le personnel de l'Office, Margaret Krowchuk, Diane Stoneman et Phil Boyd, qui ont été, par leur dévouement, une inspiration pour la direction et moi-même.

Soumis respectueusement,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "E. Futter". The signature is fluid and cursive, with a period at the end.

Eike Futter
Président
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

RAPPORT ADMINISTRATIF

À LA HUITIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'O.C.C.D.

LE 17 MARS 1982



L'année 1981 a été active et exigeante pour les membres et le personnel de l'Office.

Au cours de l'année, l'O.C.C.D. a tenu six assemblées, y compris l'assemblée annuelle et l'assemblée des Signataires au mois de mars. De plus, quatre assemblées des Administrateurs, neuf assemblées du Comité Exécutif et deux assemblées de promotion ont été convoquées.

Les assemblées de promotion, organisées par les provinces de l'Ontario au mois de janvier et du Manitoba au mois d'octobre, ont permis aux Offices Provinciaux d'échanger leurs projets de promotion avec les autres provinces et, en conséquence, ces pourparlers ont entraîné un changement de direction par rapport au rôle de l'Office dans la promotion nationale.

Au début de l'année, on a demandé au Comité Exécutif de surveiller l'étude de la nouvelle formule de calcul des coûts de production en plus de leurs fonctions habituelles.

La recherche d'un Gérant Général a exigé la convocation des Administrateurs à des assemblées au cours de l'été et de l'automne. Durant cette période, le personnel de l'Office (l'Assistante Administrative, le Directeur de la Recherche Economique et la Secrétaire) a continué à assumer les fonctions de l'Office et à fournir les services nécessaires aux membres et autres collègues de l'industrie.

Les activités suivantes font également parties des projets réalisés cette année: la mise en vigueur d'un contingent "benchmark" qui permettra une attribution en sus de la base beaucoup plus équitable; une allocation pour l'industrie du dindon de reproduction primaire; une nouvelle étude de la formule de calcul des coûts de production; l'édition d'un nouveau livre de recettes intitulé "La Dinde, un Festin à tous les Repas" en Français et en Anglais; une promotion de point de vente avec Robin Hood Multifoods; des campagnes de promotion avec les restaurants Zellers et les hôtels du Canadien Pacifique; une promotion publicitaire dans les périodiques conjointement avec Fleurs Canada; et, au mois de novembre, l'embauche de M. Kenneth Crawford à titre de Gérant Général de l'O.C.C.D.

En 1981, l'O.C.C.D. a acheté, une fois de plus, du dindon de conserverie pour assurer la disponibilité de ce produit pour l'industrie de la transformation au cours des premiers mois de 1982.

Le personnel de l'O.C.C.D. aimerait remercier tous les membres de l'Office, le Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles, le Comité Consultatif et Agriculture Canada pour leur aide et leur coopération. Nous désirons remercier tout particulièrement le Président qui était toujours disponible pour nous diriger et nous venir en aide.

Soumis respectueusement,

A handwritten signature in dark ink, reading "Margaret Krowchuk". The script is cursive and fluid, with the first letter of each word being capitalized and prominent.

Margaret Krowchuk
Assistante Administrative
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ÉTATS FINANCIERS

POUR L'ANNÉE QUI SE TERMINE LE 31 DÉCEMBRE 1981

ROBINSON, LOTT & BROHMAN

Comptables Agréés

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux Membres du Conseil d'Administration de
l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1981, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'année qui vient de se terminer. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autre procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

A notre avis, ces états financiers présentent consciencieusement la position financière de l'Office, au 31 décembre 1981, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Comptables Agréés

Guelph, Ontario
Le 1er mars 1982

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BILAN

AU 31 DÉCEMBRE 1981

A C T I F

	<u>1 9 8 1</u>	<u>1 9 8 0</u>
<u>ACTIF À COURT TERME</u>		
En banque	\$121,009	\$ 100
Comptes à recevoir (note 2)	154,952	395,888
Inventaire	399,783	128,642
Dépenses prépayées (note 3)	<u>2,153</u>	<u>34,706</u>
	677,897	559,336
<u>IMMOBILISATIONS</u> (note 4)	<u>10,350</u>	<u>11,741</u>
	<u>\$688,247</u>	<u>\$571,077</u>

P A S S I F

PASSIF À COURT TERME

Emprunts bancaires	\$263,372	\$ -
Comptes payables et passif accumulés	239,891	107,011
Solde débiteur	<u>-</u>	<u>47,894</u>
	503,263	154,905
<u>SURPLUS</u>	<u>184,984</u>	<u>416,172</u>
	<u>\$688,247</u>	<u>\$571,077</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

ÉTAT DES SURPLUS

AU 31 DÉCEMBRE 1981

	<u>1 9 8 0</u>	<u>1 9 8 1</u>
SURPLUS, au début de l'année	\$416,172	\$145,858
SURPLUS DE REVENUS APRÈS LES DÉPENSES	-	270,314
	<u>416,172</u>	<u>416,172</u>
DÉFICIT	<u>(231,188)</u>	<u>-</u>
SURPLUS, à la fin de l'année	<u>\$184,984</u>	<u>\$416,172</u>

(Voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES REVENUS ET DÉPENSES
AU 31 DÉCEMBRE 1981

	<u>1 9 8 1</u>	<u>1 9 8 0</u>
<u>REVENUS</u>		
Prélevés des producteurs	\$871,190	\$919,217
Intérêts et licences	<u>16,617</u>	<u>48</u>
	<u>887,807</u>	<u>919,265</u>
<u>DÉPENSES</u>		
ADMINISTRATION		
Autres dépenses administratives	149,899	94,953
Salaires des directeurs et du personnel	137,440	123,257
Frais de voyage des directeurs et du personnel	118,874	82,181
	<u>406,213</u>	<u>300,391</u>
PROMOTION		
Étude de la formule de calcul du coût de production	168,389	-
Don à l'Organisation Vétérinaire des maladies contagieuses	100,000	-
Campagne institutionnelle	76,497	77,099
Campagne de vente	40,070	31,743
Etude du marché	36,648	30,089
Publicité	21,013	282,141
Programme de renseignements	5,000	5,000
Expositions	4,498	7,983
Frais de voyage du personnel	3,403	6,096
Intérêts	853	7,732
Bourses d'études	-	4,259
	<u>456,371</u>	<u>452,142</u>
	<u>862,584</u>	<u>752,533</u>
REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION	<u>25,223</u>	<u>166,732</u>
<u>COMMERCIALISATION DU DINDON</u>		
Vente de dindons	128,565	531,685
Coût des ventes	<u>128,642</u>	<u>550,254</u>
Profit brut (perte)	(77)	(18,569)
Autres dépenses		
Frais d'entreposage	12,422	46,983
Intérêts	5,069	67,716
Assurances	583	581
Commissions	-	829
	<u>18,074</u>	<u>116,109</u>
PERTES SUR VENTES	(18,151)	(134,678)
PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION (REMBOURSEMENT- Note 6)	<u>(238,260)</u>	<u>238,260</u>
<u>SURPLUS DES REVENUS APRES LES DÉPENSES</u>	<u>(\$231,188)</u>	<u>\$270,314</u>
pour l'année		

(voir notes ci-jointes)

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
 COMPTE RENDU DES DÉPENSES
 AU 31 DÉCEMBRE 1981

	<u>1 9 8 1</u>	<u>1 9 8 0</u>
<u>RÉMUNÉRATION AUX DIRECTEURS ET AU PERSONNEL</u>		
Salaire du personnel	\$ 98,820	\$ 98,426
Honoraires des directeurs	31,013	17,425
Avantages sociaux des employés	<u>7,607</u>	<u>7,406</u>
	<u>\$137,440</u>	<u>\$123,257</u>
 <u>AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES</u>		
Loyer, électricité, taxes	26,572	24,159
Honoraires pour services professionnels	46,018	21,906
Articles et équipement de bureau	14,095	17,472
Téléphone et télex	17,329	13,159
Timbres et messageries	2,801	4,803
Vérification des livres	5,150	3,350
Dépréciation	2,842	3,063
Frais de traduction	3,616	2,808
Services de gestion	1,223	1,945
Frais d'administration divers	1,637	1,624
Assurances	433	393
Comité Consultatif	578	271
Frais de recrutement d'un Gérant Général	<u>27,605</u>	<u>-</u>
	<u>\$149,899</u>	<u>\$ 94,953</u>
 <u>FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL</u>		
Frais de voyage des directeurs et gérants	\$ 96,803	\$ 63,056
Frais de voyage du personnel	16,062	13,807
Salles de réunions	5,425	4,745
Assurances de voyage	<u>584</u>	<u>573</u>
	<u>\$118,874</u>	<u>\$ 82,181</u>

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES SE RAPPORTANT AUX ÉTATS FINANCIERS
AU 31 DÉCEMBRE 1981

1. PRATIQUES COMPTABLES

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un Office établi, en vertu de la loi sur les Offices de Commercialisation des Produits Agricoles, pour promouvoir la production efficace et compétitive et la commercialisation du dindon au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes non-lucratives. Les pratiques sont les suivantes:

a) INVENTAIRE

Les inventaires consistent des dindons éviscérés et sont rapportés au coût net réalisable qui est moindre que le prix coûtant. Les coûts d'entreposage, d'intérêts et autres sont rapportés dans l'année où la dépense est encourue.

b) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont rapportées au prix coûtant. Toutes les dépenses de réparation et de maintien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de solde déclinant pour l'équipement du bureau à 20% par année, et selon le principe horizontal pour toutes améliorations de bail au-dessus du terme de cinq ans.

2. COMPTES RECEVABLES

	<u>1 9 8 1</u>	<u>1 9 8 0</u>
Prélevés des producteurs	\$154,952	\$143,638
Pénalités de surproduction (note 6)	-	238,260
Ventes du dindon	-	13,990
	<u>\$154,952</u>	<u>\$395,888</u>

3. DÉPENSES PRÉPAYÉES

Assurances	\$ 2,153	\$ 2,781
Frais de promotion	-	31,925
	<u>\$ 2,153</u>	<u>\$ 34,706</u>

4. IMMOBILISATIONS

	<u>1 9 8 1</u>		<u>1 9 8 0</u>
	<u>Coût</u>	<u>Dépréciation accumulée</u>	<u>Valeur nette au livre</u>
Mobilier et équipement de bureau	\$ 17,418	\$ 8,082	\$ 9,336
Améliorations au bail	<u>2,538</u>	<u>1,524</u>	<u>1,014</u>
	<u>\$ 19,956</u>	<u>\$ 9,606</u>	<u>\$ 10,350</u>
			<u>\$ 11,741</u>

5. BAIL DU BUREAU

En vertu d'une entente de bail, l'Office a une obligation contractuelle au montant de \$38,238. pour les douze prochains mois, et de \$71,213 pour le restant du terme du bail.

6. PÉNALITES DE SURPRODUCTION (REMBOURSEMENT)

L'Office a décidé de rembourser toutes les pénalités de surproduction au cours de l'année fiscale. Ces contributions représentent la somme attribuée à l'Office en vertu de l'Entente de Promotion 1980 entre l'Office et les huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Cette somme en dommages-intérêts correspondant à \$.05 la livre de chair de dindon produite dans une province et commercialisé en excédent du nombre de livres attribué à ladite province, sera versée à l'Office en vertu de l'Entente de Promotion.

Les pénalités de surproduction pour l'année 1981 n'ont pas été accumulées dans les états financiers puisqu'elles sont considérées comme un actif possible. Les pénalités sont basées sur les statistiques finales du Ministère Fédéral de l'Agriculture. Des modifications aux pénalités préliminaires pourraient être apportées pour rectifier toute erreur possible dans les statistiques préliminaires et à la suite des réclamations de force majeure selon les termes de l'Entente de Promotion ou pour toute autre modification justifiée par l'Office. Selon le calcul des pénalités préliminaires de la surproduction, avant que toute modification soit apportée, telle que déjà mentionnée, une pénalité de \$46,800. est prévue. La pénalité sera rapportée dans la comptabilité lorsque cette somme aura été vérifiée.

7. DETTES PASSIVES

Une action en justice contre l'Office a été intentée par l'ancien Gérant Général de l'Office réclamant des dommages-intérêts pour renvoi injustifié pour un total de \$125,000. plus les frais. L'Office nie toute responsabilité et défendra l'action en justice.

8. GAGES

L'inventaire et les comptes recevables ont été donnés en garantie pour les emprunts bancaires.



	1 9 8 1 ACTUEL	1 9 8 2 BUDGET PROPOSÉ
<u>Revenus</u>		
Prélevés des producteurs	\$ 871,190	\$ 885,542
Revenu des Intérêts	16,585	9,600
Divers	32	50
	<u>\$ 887,807</u>	<u>\$ 895,192</u>
<u>Dépenses</u>		
<u>Administration</u>		
Salaires du personnel	\$ 70,863	\$ 74,500
Avantages sociaux du personnel	7,607	7,000
Frais de voyage du personnel	16,062	15,500
Honoraires des directeurs	31,013	25,000
Dépenses des directeurs et gérants	96,803	75,000
Assurances	817	1,500
Services professionnels	51,168	50,000
Loyer	18,981	20,000
Electricité, taxes	1,264	1,300
Téléphone et télex	15,596	16,000
Articles et équipement de bureau	10,571	12,000
Timbres et messageries	1,400	2,500
Services pour le contrat de l'Office	1,223	1,000
Salles de réunions	5,625	6,000
Dépenses du Comité Consultatif	578	1,000
Traduction	3,616	3,000
Frais d'administration divers	1,637	1,650
Frais de dépréciation	2,842	3,000
Dépenses de commercialisation	18,151	55,000
Recrutement du Gérant Général	27,605	-
	<u>\$ 383,422</u>	<u>\$ 370,950</u>
<u>Dépenses Extraordinaires</u>		
Projet de recherche V.I.D.O.	\$ 100,000	\$ -
Etude de la formule de calcul du coût de production	168,389	25,000
	<u>\$ 268,389</u>	<u>\$ 25,000</u>



	1 9 8 1 ACTUEL	1 9 8 2 BUDGET PROPOSE
<u>Promotion</u>		
Frais de voyage du personnel	\$ 3,403	\$ 8,000
Salaires du personnel	27,957	37,500
Timbres et messageries	1,401	2,500
Articles et équipement de bureau	3,524	3,750
Loyer, électricité et taxes	6,327	7,000
Téléphone et Télex	1,733	1,750
Etude du Marché	36,648	40,000
Expositions	4,498	10,000
Institutions	11,585	15,000
Programme de renseignements - F.C.A.	5,000	10,000
Bourses d'études	-	5,000
Dépenses de la campagne de primes	38,965	-
Livres de recettes	855	35,000
Publicité de Farms Papers	11,818	14,000
Dépenses du Comité des Economistes-Ménagères	-	10,000
Promotion des restaurants Zellers & C.P.	64,912	-
Intérêts sur prêts de promotion	853	-
Frais de promotion divers	-	5,000
Annonces et Réclames	8,344	-
Production de commerciaux de télévision	1,101	-
Guide d'enseignement pour les instituteurs	-	10,000
Dépenses des prélevés de la surproduction	238,260	-
Total des dépenses de promotion	\$ 467,184	\$ 214,500
Total des dépenses administratives	\$ 383,422	\$ 370,950
Total des dépenses extraordinaires	\$ 268,389	\$ 25,000
Total de toutes les dépenses	\$1,118,995	\$ 610,450
Surplus (déficit)	(\$ 231,188)	\$ 284,742
Surplus des Membres au 31 décembre 1981		\$ 184,984
Surplus des Membres au 31 décembre 1982		\$ 469,726

RAPPORT DU DIRECTEUR DE LA RECHERCHE ÉCONOMIQUE

À LA HUITIÈME ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'O.C.C.D.

LE 17 MARS 1982

Au cours de l'année 1981, le volume de renseignements économiques, statistiques et du marché distribués aux membres de l'Office et de l'Industrie est demeuré relativement le même en fonction du contenu, de la présentation et de la fréquence des rapports, par rapport à l'année 1980. Nous espérons que les renseignements fournis ont été bénéfiques aux récipiendaires et ont satisfait leurs exigences.

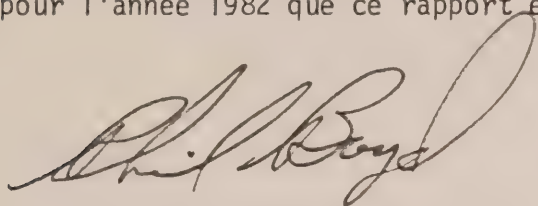
L'assiduité à de nombreuses assemblées de l'industrie, de la commercialisation et de l'agriculture a souligné l'année 1981. Ces réunions ont été bénéfiques et instructives. Au cours du mois d'octobre 1981, j'ai eu le plaisir et le privilège inattendus de représenter l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon et de participer à un groupe pour discuter de la transformation additionnelle du dindon à la Convention Annuelle du Conseil Canadien des Transformateurs d'Oeufs et de Volailles.

De la mi-octobre à la fin de décembre, l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon a été impliqué intensivement dans le mouvement rigoureux survenu sur les marchés Canadiens du dindon. Surpris entre la saison des emplettes de Noël, une guerre acharnée des prix au détail de la nourriture et les prix extrêmement bas du dindon aux Etats-Unis, l'O.C.C.D., en collaboration avec le Ministère de l'Industrie et du Commerce, a subi de fortes pressions pour octroyer des permis d'importations supplémentaires pour un total de six millions de livres de dindon. Heureusement, quelques permis seulement ont été octroyés, sans quoi les stocks de dindon en entrepôt au 31 décembre 1981 auraient très bien pu se chiffrer à trente-neuf millions de livres au lieu de vingt-neuf millions de livres.

En perspective pour 1982, les questions suivantes devront être envisagées par l'Office et exigeront une recherche plus intensive et une attention particulière: les prix provinciaux de la nourriture; la production par catégorie; la magnétude du commerce des hôtels, des restaurants et des institutions; un service de renseignements des données courantes plus efficace, afin de répondre plus adéquatement aux exigences de l'industrie, etc.

Mon rapport annuel de 1980 a été soumis au Conseil d'Administration de l'O.C.C.D. en prévision d'une année de défi et de satisfaction. Effectivement, l'année 1981 s'est avérée non seulement satisfaisante mais aussi, à l'occasion très difficile et épuisante. Néanmoins, avec le temps, l'année

1981 a été très agréable et rémunératrice. C'est avec la même anticipation pour l'année 1982 que ce rapport est respectueusement soumis.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "Philip Boyd". The signature is fluid and cursive, with a large loop at the end of the last name.

Philip Boyd
Directeur de la Recherche Economique
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

Turkey Dindon

PERSPECTIVE DU MARCHÉ

Les Bovins

Le niveau des abattages de bovins aux Etats-Unis au cours du premier semestre de 1982 sera sensiblement le même qu'au cours du premier semestre de 1981. Au cours du deuxième semestre de 1982, on prévoit une augmentation des abattages de bovins aux Etats-Unis par rapport aux abattages du deuxième semestre de 1981, en raison d'un approvisionnement adéquat de bovins d'engrais et des prix relativement bas de la nourriture. Une augmentation de 3 à 4% des abattages globaux est prévue en 1982 par rapport à 1981. On prévoit que les bovins atteindront le marché beaucoup plus gras cette année car ils seront engraisés à des coûts réduits de la nourriture. En conséquence, la perspective des prix pour les bovins d'abattage aux Etats-Unis n'est pas des plus rassurantes.

Les marchés Canadiens de bovins sont encore en proie à un surapprovisionnement continu. La consommation Canadienne du boeuf est passée de 90 livres par tête d'habitant à 110 livres par tête d'habitant en 1976. On croit que les politiques monétaires fédérales, qui suscitent un climat économique médiocre pour les achats du boeuf, ont motivé cette baisse de 20% de la consommation et par conséquent cette baisse des prix.

Une baisse de 2% dans l'approvisionnement Canadien est prévue au cours du premier semestre de 1982, par rapport au premier semestre de 1981, encourageant ainsi un raffermissement des prix pendant cette période. Ce raffermissement des prix néanmoins sera sans doute réprimé car l'offre dépassera encore la demande, la demande du consommateur restera faible, et les prix des viandes compétitives ne sont pas prévus d'augmenter d'une manière significative.

Les porcs

La perspective du marché Américain des porcs en 1982 n'est pas très rassurante. Bien qu'une diminution de 5 à 7% des abattages est prévue au cours du premier semestre, par rapport au premier semestre de 1981, on prévoit une augmentation des abattages au cours du deuxième semestre, selon les prévisions des mises bas du Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis. La baisse du nombre de porcs commercialisés est inférieure aux prévisions du Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis et un nombre de porcs à bon marché seront commercialisés cette année. En 1982, la production des porcs sera donc sensiblement la même que l'année dernière.

On prévoit que les marchés Canadiens des porcs au cours de l'année 1982 suivront le même exemple. Une réduction de 3 à 5% des abattages de porcs au Canada est prévue au cours du premier semestre de 1982 par rapport à l'année

dernière. On prévoit que les abattages au cours du deuxième semestre seront au même niveau et probablement légèrement plus nombreux que les abattages du deuxième semestre de 1981. En conséquence, des hausses de prix sont prévues au cours de la période de janvier à juin 1982, toutefois, ce raffermissement des prix va sans doute osciller au cours de la période de juillet à décembre 1982.

Le Poulet

Au 1er janvier 1982, les stocks préliminaires du poulet en entrepôt au Canada totalisaient 39.5 millions de livres, soit une hausse de 41.5% par rapport à 27.9 millions de livres au 1er janvier 1981. Le contingent de production de 1982 a été augmenté de 3.7% par rapport au contingent de 1981, soit de 818.6 millions de livres à 848.9 millions de livres. L'approvisionnement total domestique du poulet en 1982 semble être très adéquat.

On prévoit un raffermissement de la demande Canadienne du poulet au cours de l'année 1982, en raison d'une légère hausse des prix de la viande rouge au cours du premier semestre de l'année, des prix inférieurs de la production (attribuables aux coûts réduits de la nourriture, qui compenseront pour la hausse des poussins et les taux d'intérêts) et des campagnes de promotion des détaillants.

Le Dindon (E.U.)

Au cours de l'année 1981, les marchés Américains du dindon se trouvaient dans une situation de surapprovisionnement considérable et des prix extrêmement bas.

Bien que l'approvisionnement retourne à un niveau normal, les prix de gros des dindons femelles, des dindons mâles et du dindon de conserverie aux Etats-Unis sont encore inférieurs à la moyenne.

Au cours de l'année dernière, les Etats-Unis ont produit cent soixante-huit millions dindons. Ceci représentait la plus grande production de dindons jamais produite. On prévoit une rechute de la production de 5 à 6% au cours de l'année 1982. Le mouvement des dindons aux Etats-Unis, au cours du troisième trimestre a été excellent, en considération des pertes subies dans tous les secteurs. Le dindon se vendait au détail entre 49 et 69 cents la livre à travers la nation et a baissé à 35 cents dans certaines régions de la Côte de l'Ouest.

En général, on prévoit que l'année 1982 sera plus profitable que 1981 dans l'industrie Américain du dindon, néanmoins, on devra compter un certain temps avant de récupérer les pertes subies en 1981.

Les Céréales Fourragères

La perspective des céréales fourragères est loin d'être encourageante pour les producteurs de récoltes, compte tenu de l'état plutôt lamentable des prix des céréales fourragères en Amérique du Nord, et il y a peu d'espoir que cette situation s'améliorera à l'avenir. Les prix réduits des céréales fourragères sont bien accueillis par les producteurs de bétail en raison des faibles marges de profits réalisés actuellement dans la production du bétail.

Une hausse de 25% sur les stocks mondiaux des céréales secondaires est prévue par rapport à l'année dernière. La plus grande partie de cette augmentation provient d'une récolte abondante survenue aux Etats-Unis et, par conséquent, les prix en Amérique du Nord connaissent des tendances à la baisse. Cette situation est amplifiée par une faible demande domestique des céréales fourragères. La récolte de maïs aux Etats-Unis a augmenté de 23% par rapport à l'année dernière et par conséquent une baisse de 9 à 17% par rapport à la moyenne de 1980-81 est prévue aux Etats-Unis. Les prix des graines de soja sont affectés de façon similaire.

La production Canadienne des céréales secondaires a augmenté de 17% par rapport à la récolte de 1980-81. La récolte de maïs en Ontario est passée de 200 millions boisseaux à 185 millions boisseaux (+8%). La récolte de blé au Canada a augmenté de 2% par rapport à la récolte de 1980-81. Le résultat des récoltes abondantes se manifeste par les prix actuels des céréales fourragères.

Coût d'Opération de la Ferme

Les conditions économiques actuelles influencent dans une large mesure les coûts d'opération de la ferme et la demande pour ces composantes:

- On prévoit une baisse de 3 à 5% dans la demande des engrais et une légère augmentation des prix par rapport à l'année dernière;
- les prix des pesticides augmenteront d'environ 12% en raison des hausses de prix du transport et de l'énergie;
- Une hausse de prix de l'outillage de 9% est prévue;
- Une hausse du coût de la main-d'oeuvre de 10% est prévue;
- La hausse la plus importante dans les coûts totaux d'opération se manifestera sans doute une fois de plus dans les taux d'intérêts.

Revenu de la Ferme

Au Canada, en 1982, les prévisions des revenus totaux de la ferme indiquent une baisse de 15% par rapport à 1981; les recettes au comptant de la ferme indiqueront une hausse de 4%; les coûts d'opération et les taux de dépréciation réaliseront une hausse de 10%.

Situation des Revenus de la Ferme *

(billions de dollars)

	<u>1 9 8 2</u>	<u>1 9 8 1</u>	<u>% de Changement</u>
Revenus nets de la ferme	3.4	4.0	- 15%
Recettes au comptant de la ferme	19.2	18.4	+ 4%
Taux de dépréciation et coûts d'opération	16.1	14.6	+ 10%

* Agriculture Canada et Prévisions de Statistiques Canada.

L'Économie

On ne prévoit pas de changement dans les politiques fiscales et monétaires du Gouvernement Fédéral et par conséquent le ralentissement de l'activité industrielle et commerciale pourrait continuer.

En 1980, il n'y a pas eu de véritable croissance économique. En 1981, la croissance économique réelle a été de 3% en tenant compte du taux d'inflation de 12.5%. En 1982, la croissance économique réelle est prévue de 1 à 2%.

Bien que les taux d'intérêt diminuent graduellement, on prévoit que ces derniers n'atteindront le niveau sans précédent du milieu de 1980.

L'inflation pourrait ralentir légèrement.

La perspective générale de l'économie n'est pas très rassurante, néanmoins, avec le retour probable d'un certain degré de stabilité, une lueur d'espoir pointerait peut-être à l'horizon.

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN

(milliers de livres éviscérées) *

	1980	1981 **	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
COLOMBIE-BRITANNIQUE	20,771	18,583								
ALBERTA	19,092	17,030								
SASKATCHEWAN	8,169	7,358								
MANITOBA	17,184	15,967								
ONTARIO	92,710	90,005								
QUÉBEC	52,609	48,508								
NOUVEAU-BRUNSWICK	2,304	2,405								
NOUVELLE-ÉCOSSE	4,261	3,804								
CANADA	217,100	203,660								

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

** Préliminaire

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN

(milliers de livres éviscérées) *

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
COLOMBIE-BRITANNIQUE	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUÉBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
C.B.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.E.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
C.B.	9.57	9.12								
ALTA.	8.79	8.36								
SASK.	3.76	3.61								
MAN.	7.92	7.84								
ONT.	42.70	44.19								
QUE.	24.23	23.82								
N.B.	1.06	1.17								
N.E.	1.96	1.88								
CANADA	100	100								

MOYENNE DE CONTRIBUTION DE LA PRODUCTION CANADIENNE DES QUATRE DERNIÈRES ANNÉES

	1970-73 Part du Marché	1971-74 Part du Marché	1972-75 Part du Marché	1973-76 Part du Marché	1974-77 Part du Marché	1975-78 Part du Marché	1976-79 Part du Marché
B.	9.47	9.88	9.67	9.71	9.55	9.49	9.54
TA.	8.53	8.31	8.62	8.22	8.06	8.05	7.92
SK.	3.67	3.65	3.75	3.70	3.64	3.72	3.72
N.	8.35	8.32	7.93	7.92	8.07	8.03	8.33
T.	47.83	40.87	41.89	42.72	43.66	44.60	44.42
E.	26.84	27.50	26.61	25.59	24.52	23.44	23.24
B.	.34	.37	.49	.70	.91	1.03	1.12
E.	.99	1.11	1.30	1.44	1.60	1.64	1.72
CANADA	100	100	100	100	100	100	100

MOYENNE DE CONTRIBUTION DE LA PRODUCTION CANADIENNE DES QUATRE DERNIÈRES ANNÉES

	1977-80 Part du Marché	1978-81 Part du Marché	1979-82 Part du Marché	1980-83 Part du Marché	1981-84 Part du Marché	1982-85 Part du Marché	1983-86 Part du Marché
B.	9.53	9.43					
TA.	8.07	8.15					
SK.	3.76	3.78					
N.	8.21	8.03					
T.	43.90	44.02					
E.	23.61	23.68					
B.	1.11	1.11					
E.	1.80	1.80					
CANADA	100	100					

CA1
DB60
-A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



ANNUAL REPORT

1982

NINTH ANNUAL REPORT
OF THE
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

for Presentation to

The Minister of Agriculture
The Honourable Eugene Whelan

The National Farm Products
Marketing Council

and the

Ninth Annual Turkey Producers Meeting

Wednesday, March 16, 1983
Ottawa, Ontario

TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors	1
Agenda for Ninth Annual Meeting	2
Chairman's Report	3
General Manager's Report	5
Financial Report	7
1982 Promotion Report	15
Economic Director's Report	16

1982 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mr. Heiko Oegema	Ontario
Vice-Chairman	- Mr. David Davies	Nova Scotia
Executive Member	- Mr. Dennis Billo	Saskatchewan

Director	- Mr. Walter Redekop	British Columbia
Director	- Mr. Les Doell	Alberta
Director	- Mr. William Christmas	Manitoba
Director	- Mr. Laurent Mercier	Quebec
Director	- Mr. Eike Futter	New Brunswick

1982 C.T.M.A. STAFF

Mr. Kenneth Crawford	- General Manager
Mrs. Margaret Krowchuk	- Executive Assistant
Mr. Philip Boyd	- Director of Economic Research
Mrs. Diane Stoneman	- Secretary

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

NINTH ANNUAL MEETING

MARCH 16, 1982 - 2:00 P.M.

VICTORIA/CARLETON ROOM

SKYLINE HOTEL, OTTAWA

A G E N D A

1. Call to Order
2. Approval of Agenda
3. Introductions
4. Approval of Minutes of Eighth Annual Meeting
5. Chairman's Report
6. General Manager's Report
7. Auditors' Report
8. Promotion Report
9. Economic Director's Report
10. National Farm Products Marketing Council
11. Confirmation of Voting Members
12. Chairman Declares CTMA Offices Vacant
13. Appointment of Interim Chairman
14. Election Procedures and Appointment of Scrutineers
15. Election of Officers for 1983
16. Other Business
17. Date for Tenth Annual Meeting
18. Adjournment

CHAIRMAN'S REPORT TO THE
NINTH CTMA ANNUAL MEETING

The year 1982 has slipped by very quickly and can now be called history. I started my term as your Chairman with a fair amount of apprehension, having been a Director for less than a year before that. Looking back, however, I am grateful to have been of service to such a dedicated group of people. Although not everything went smoothly, the Agency was able to deal with many issues and a high percentage of these were dealt with effectively and could be put to rest.

In the area of policy development, we can list the following:

1. A comprehensive "Conflict of Interest" By-Law;
2. Live weight reporting system in cooperation with industry and Agriculture Canada;
3. All processors were licensed under an amended Licensing Regulation;
4. A Metric Conversion Policy.

The Board of Directors also fully supported our General Manager in streamlining the administration of the Agency. A consultants' study on office procedures, data gathering and processing, as well as roles and responsibilities of all levels of agency management, commenced in December and is now nearly completed and already largely implemented.

In the promotion area, we had to be conservative in our expenditures, however a solid base was laid for the future. The Home Economists Committee meetings have brought about a good measure of sharing information and materials. Their main endeavour in 1982 has been the teacher guide kit which is in production now and should pay handsome dividends in the future.

Our different committees have handled their tasks well during 1982. The new one on the scene is the Managers Committee; and it is turning out to be a very important tool of the Agency. They study in detail new proposals, policies, etc., before they are implemented, and report their findings to the Board of Directors and/or Executive Committee.

A few words about our relationship with the National Farm Products Marketing Council. I wish that I could be a little more positive here. While the relationship is cordial, something is missing. We certainly want supervision, but cannot be comfortable with control which we feel Council seems to be striving for. More dialogue, I feel, is essential as well as continuing on an absolute straight path in fulfilling our mandate as an Agency.

An annual stumbling block is the overbase quota allocation. Last fall, the Criteria Committee was formed to study how the criteria, as outlined in the Plan, could be applied. Recently they tabled an excellent report which I hope will lead to an equitable solution. As a result of negotiations for the 1983

allocation, Ontario refused to sign the Promotion Agreement for about three months while Nova Scotia took even more serious action. Our Agency can ill afford a situation like this, and we must resolve this problem.

Another thorn in our side this past year has been the Cost of Production Study by Thorne, Stevenson & Kellogg which was initiated in 1980. A number of drafts and final reports have been delivered, none of which met the terms of the mandate in their present form. It is very frustrating to want something completed so badly and find this goal so elusive. I am satisfied that it was not for lack of striving on our part.

Our Agency also participated last summer in the CEMA hearings which found that "on average, the prices have been reasonable from the standpoint of both consumers and producers".

Recently, I had the pleasure of representing the Agency at the National Turkey Federation Convention in New Orleans. I came back grateful for the stability of our industry which we enjoy, compared to our neighbours to the South. However, let us remember that the privileges granted to us in the Farm Products Marketing Agencies Act translate into a responsibility that we must never lose sight of.

My thanks go to all the members of the Agency, in particular to my companions on the Executive Committee, Dave and Dennis, who were always at my disposal when called upon.


A special note of thanks from all of us must go to our General Manager, Ken Crawford. He has made a great effort in his first year as General Manager to help us point our Agency in the direction we want it to go. We may have to slow him down a bit if we want him to last. Also the work of the other staff members is much appreciated and deserves our thanks. As an example, I refer you to our meeting booklets and the way the material is put together as well as the quality of the contents. I am not sure what improvements can be made, but we are told that more improvements are on the way.

So let us all continue to work together. We all have a role to play, including our other partners in the industry. Our dialogue with them is increasing and improving, but it must get better still.

Let us ask for wisdom as we try to find our place in an increasingly complex society.

Thank-you for your support during the past year.

Respectfully submitted,


Heiko Oegema
Chairman
Canadian Turkey Marketing Agency

GENERAL MANAGER'S REPORT TO THE
NINTH ANNUAL CTMA MEETING

In January of 1983 I completed my first year as CTMA General Manager. I would like to say at the outset that it was a pleasure to commence these new duties with a very competent, efficient and eager staff already in place. The prior experience I had in various capacities with the Agency over the past few years allowed me to make a very smooth transition.

CTMA has now completed its ninth year of operation. Each year since its inception the issues with which we must deal have become larger and more complex. The Agency and Provincial Boards have always been able to deal with matters effectively, even though, in a lot of cases, it has been on an interim basis. However, I feel the producers, the allied industries and the consumers have been well served by the policies and flexibility of the Agency.

During the last couple of years, conditions have drastically changed. In today's bureaucratic climate we are continually subjected to both external and internal criticisms and attacks. It would appear, as Mr. Jim Boynton, Vice-Chairman of N.F.P.M.C., has often stated, that "predictability of agencies is necessary".

Each year it also becomes more difficult to determine our major priorities on a day-to-day basis. In reviewing the past and the present, it would appear that we still are moving from one crisis to another.

Very early in 1982, in cooperation with the Directors, Executive Committee and CTMA staff, I undertook a review of the current Agency administration, policies and regulations. This review included many outstanding issues which have prevailed within the Agency over the past few years. From this review we were able to establish certain goals and objectives in administering the affairs of the Agency in a more predictable manner.

I am pleased to report to the members that many major accomplishments were carried out during 1982, a number of which were conveyed to you in our Chairman's address this afternoon. I would like to state again that our current administration is working effectively. A solid working relationship has been developed internally with the Directors, Executive, Provincial Board Managers and Provincial Home Economists, and externally with the C.P.E.P.C. and other allied industries such as the Retail Council of Canada, the Grocery Manufacturers of Canada, the Office of Special Trade Relations and many other governmental departments with which we must communicate. I must also report that we are just beginning to develop the kind of working relationship we feel is necessary with the N.F.P.M.C. We hope that positive progress will continue during 1983.

We have made better use of our internal committees throughout this past year. I would especially like to convey my appreciation to all the members of the Managers Committee who, through their dedication to addressing national issues, have helped us resolve many problems. Through this forum, we were better able

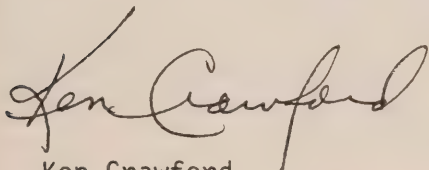
to determine the provincial implications of national policies. We also want to make better use of the Provincial Home Economists Committee, thus unabling us to coordinate national and provincial promotion programs, which in turn increase the thrust of the combined dollar values of both the national and provincial budgets. The combined result of the foregoing committees would enable a better polarization of any national marketing scheme.

However, I must hasten to point out that a number of serious problems are still currently facing the Agency and its provincial members. An equitable formula for overbase quota allocations, utilizing the criteria set out in the Plan, must be implemented. We are much closer due to the diligent work of the Criteria Committee, but the end is still somewhat elusive. With the responsibility we have in setting national quotas and provincial allocations, we have a further responsibility to the industry in assuring that the product is produced to meet ongoing market requirements and that the farmgate price is set responsibly, recognizing not only the producers' requirements but reflecting market and economic conditions as well. To maintain a viable position for our producers in all parts of Canada and avoid outside intervention, we must address these problems during 1983 in a responsible manner.

In summary, I would like to express the sincere appreciation of the CTMA staff for the dedicated direction and assistance provided by the Executive Committee and the Board of Directors throughout 1982.

We will continue to direct our efforts in making 1983 a productive and profitable year for all segments of our industry.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in cursive script, reading "Ken Crawford". The signature is written in dark ink and is positioned above the printed name and title.

Ken Crawford
General Manager
Canadian Turkey Marketing Agency

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1982

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

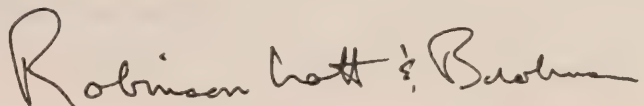
E. G. ROBINSON, C.A.	R. W. LOTT, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.	K. W. EDWARDS, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.	J. O. ARNOLD, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.	A. PERROTTA, C.A.
D. J. WEILER, C.A.	G. C. ROBINSON, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.	R. E. WIGHTMAN, C.A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1982 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Agency as at December 31, 1982 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.



Guelph, Ontario
February 24, 1983

Chartered Accountants.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1982

A S S E T S

	1982	1981
CURRENT		
Cash	\$270,312	\$121,009
Accounts receivable (note 2)	152,284	154,952
Inventory	45,232	399,783
Prepaid insurance	3,291	2,153
	<u>471,119</u>	<u>677,897</u>
FIXED (note 3)	16,350	10,350
OTHER		
Deposit (note 6)	<u>42,000</u>	<u>0</u>
	<u>\$529,469</u>	<u>\$688,247</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Bank loan	\$ 0	\$263,372
Accounts payable and accrued liabilities	66,884	239,891
	<u>66,884</u>	<u>503,263</u>
EQUITY	<u>462,585</u>	<u>184,984</u>
	<u>\$529,469</u>	<u>\$688,247</u>

see accompanying notes

Approved on behalf of the Board

DIRECTOR

DIRECTOR

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1982

	1982	1981
EQUITY, beginning of year	\$184,984	\$416,172
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE	<u>277,601</u>	<u>(231,188)</u>
EQUITY, end of year	<u>\$462,585</u>	<u>\$184,984</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1982

	1982	1981
REVENUE		
Producer levies	\$895,423	\$871,190
Interest and licences	21,306	16,617
	<u>916,729</u>	<u>887,807</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	111,938	137,440
Other administrative (schedule 1)	100,699	149,899
Directors and staff travel (schedule 1)	165,475	118,874
	<u>378,112</u>	<u>406,213</u>
PROMOTION		
Institutional promotion	59,196	76,497
Promotion overhead (schedule 1)	48,908	0
Sales promotion (schedule 1)	46,359	40,070
Market research	43,050	36,648
Advertising	13,237	21,013
Information program	10,000	5,000
Staff travel	7,079	3,403
Scholarships	2,791	0
Interest	56	853
Cost of production study	0	168,389
Donation to Veterinary Infectious Disease Organization	0	100,000
Trade shows	0	4,498
	<u>230,676</u>	<u>456,371</u>
	<u>608,788</u>	<u>758,086</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>307,941</u>	<u>25,223</u>
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	374,666	128,565
Cost of turkeys sold	<u>399,783</u>	<u>128,642</u>
Gross (loss)	<u>(25,117)</u>	<u>(77)</u>
Other expenses		
Interest	29,235	5,069
Storage costs	15,497	12,422
Insurance	2,161	583
Commissions	1,022	0
	<u>47,915</u>	<u>18,074</u>
LOSS ON SALES	(73,032)	(18,151)
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (REFUND) (note 5)	<u>42,692</u>	<u>(238,260)</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE for the year	<u>\$277,601</u>	<u>(\$231,188)</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1982

	1982	1981
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$ 75,026	\$ 98,820
Directors' fees	29,675	31,013
Employee benefits	<u>7,237</u>	<u>7,607</u>
	<u>\$111,938</u>	<u>\$137,440</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 37,600	\$ 46,018
Rent, taxes and utilities	19,920	26,572
Telephone and telex	13,228	17,329
Office supplies and expense	11,504	14,095
Audit	6,095	5,150
Depreciation	4,385	2,842
Translations	3,600	3,616
Sundry administration	1,434	1,637
Postage and courier	1,401	2,801
Office contract services	1,212	1,223
Insurance	320	433
Consultative committee	0	578
General manager recruitment cost	<u>0</u>	<u>27,605</u>
	<u>\$100,699</u>	<u>\$149,899</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$130,400	\$ 96,803
Staff travel	27,286	16,062
Meeting rooms	6,986	5,425
Travel insurance	<u>803</u>	<u>584</u>
	<u>\$165,475</u>	<u>\$118,874</u>
SALES PROMOTION		
Recipe book expense	\$ 30,723	\$ 0
Sundry promotion expense	7,483	40,070
Home economics expense	5,100	0
Teachers' guide	<u>3,053</u>	<u>0</u>
	<u>\$ 46,359</u>	<u>\$ 40,070</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Salaries	\$ 36,171	\$ 0
Rent	6,241	0
Office	3,726	0
Telephone	1,426	0
Postage	<u>1,344</u>	<u>0</u>
	<u>\$ 48,908</u>	<u>\$ 0</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1982

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

(a) INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at the lower of cost and net realizable value. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

(b) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1982	1981
Producer levies	\$146,946	\$151,795
General	2,346	2,633
Accrued interest	<u>2,992</u>	<u>524</u>
	<u>\$152,284</u>	<u>\$154,952</u>

3. FIXED ASSETS

		1982	1981
	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	NET BOOK VALUE
Furniture and equipment	\$ 24,867	\$ 11,372	\$ 13,495
Leasehold improvements	<u>5,474</u>	<u>2,619</u>	<u>2,855</u>
	<u>\$ 30,341</u>	<u>\$ 13,991</u>	<u>\$ 10,350</u>

4. LEASE COMMITMENT

The Agency is committed under two leases for office premises and equipment to pay \$30,612 over the next twelve months and \$54,645 over the remaining term of the leases.

...continued

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1982

5. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the Agency as a result of the overproduction of turkey meat by several of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1981 calendar year. The Agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of forced majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the Agency feels are justified. The 1982 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1983 statement of operations.

6. CONTINGENT LIABILITIES

An action against the Agency has been commenced by the former general manager of the Agency claiming damages for wrongful dismissal in the aggregate of \$215,000 plus costs. A deposit of \$42,000 has been established to fund any costs in this matter. The Agency denies any liability and is defending the action.

PROMOTION REPORT TO THE
NINTH CTMA ANNUAL MEETING

The 1982 promotional activity of CTMA was designed to provide research information, to create a provincial forum for exchange of ideas, to increase consumer awareness through retail promotion, to inform producers of Agency programs and to support educational projects.

The Home Economists Committee which is comprised of representatives of each of the Provincial Marketing Boards met twice in 1982. Their primary project during the year was the development of a teaching guide in both English and French. This comprehensive package includes a teacher's guide, a student activity kit and resource materials. In addition, the home economists monitored the Agency food service promotions in their province.

A promotion seminar was held in Quebec in September. Members of Provincial Promotion Committees, as well as the home economists and the CTMA Promotion Committee, participated in the discussion and exchange of ideas.

Co-operative national foodservice promotions were sponsored by CTMA in July with the Metropolitan/Greenberg/Saan store chain, launching a new turkey product, turkey fingers; and in August, with the Mr. Submarine Sandwich Shops. A specially designed breast roast in the shape of the submarine bun was introduced to Canadian consumers.

Other promotional activity includes consumer research conducted by International Surveys Limited. This information provides the Agency and Provincial Boards with data to assess direction for promotion and also can assist in determining national quota allocation.

A monthly advertising page in the Canada Poultryman allows the Agency to inform turkey producers about various Agency activities.

As promotion co-ordinator for CTMA, it has been my privilege to work with our provincial counterparts throughout the year on the various projects authorized by the Directors of CTMA. Budget limitations have placed restrictions on the number of activities we have been able to participate in. However, through hard work, innovative ideas and keen enthusiasm, much has been accomplished.

Respectfully submitted,

Margaret Krowchuk

Margaret Krowchuk
Executive Assistant
Canadian Turkey Marketing Agency

ECONOMIST'S REPORT TO THE
NINTH CTMA ANNUAL MEETING

It has often been said that no two years in the turkey industry are alike; 1982 was no exception as the industry had to adjust to a faltering Canadian economy. However, in spite of the economic conditions, some growth occurred in various sectors.

On January 1, 1982, inventories of frozen turkey totalled 12.5 million kilograms, down significantly from the opening inventories of 16.9 and 18.3 million kilograms in 1981 and 1980 respectively.

Canadian turkey production during 1982 rose 3.1% from 1981 production levels, to 95.7 million kilograms.

Domestic disappearance in 1982 was 95.9 million kilograms, down approximately 3.5% from 1981.

As a result, closing inventories on December 31, 1982 were up slightly to 13.4 million kilograms: a 900,000 kilogram increase from the opening January 1st inventories.

As 1982 progressed, the effect of the Canadian economy on consumer purchasing patterns became very clear. Throughout 1982 there was a significant shift in demand towards light turkeys, as evidenced in the fact that the domestic disappearance of turkey weighing less than 5.0 kilograms increased by 16.4% from 1981 levels, while the disappearance of turkey weighing over 5.0 kilograms decreased by more than 12%.

Unfortunately, the economic situation worsened as the year progressed and, when the peak demand for turkey occurred, consumers' disposable income was probably the lowest it had been for some time. As of the end of August 1982, domestic turkey disappearance was on a par with that of a year earlier, however demand during the peak season (September to December) fell considerably resulting in a 3.5% decrease for the year.

As in 1981, the fall of 1982 saw some pressure to issue supplementary import permits for commodity grade turkeys. Fortunately, no permits were issued as supplies were forecast to be adequate to meet the expected demand. Had permits been issued, closing inventories may well have exceeded 15.0 million kilograms.

1982 also saw continued growth within the turkey further processing sector: new products were developed; distribution systems were expanded; demand within the foodservice industry seemed to grow; all in spite of the prevailing economic conditions.

The Year Ahead:

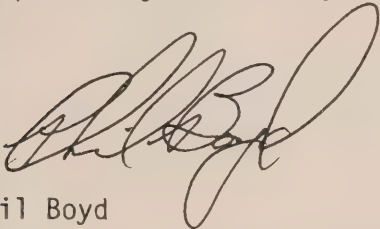
Although 1983 is beginning with inventories which are slightly higher than required, it is my belief that we can be cautiously optimistic about the upcoming year, due to:

- an expected upswing in the economy by the fourth quarter;
- less competition from other meats in, at least, the first three quarters.

Our industry is in a position to capitalize on the above, if we are able to produce closer to the market requirements and price our product more competitively where possible and where necessary. These steps are difficult, but essential in the long term best interests of our industry.

Thank you all for another good year.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Phil Boyd', with a large, looping flourish at the end.

Phil Boyd
Director of Economic Research
Canadian Turkey Marketing Agency

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated kilograms)*

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
BRITISH COLUMBIA	9,422	8,429	9,344							
ALBERTA	8,660	7,723	7,623							
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785							
MANITOBA	7,795	7,267	7,751							
ONTARIO	42,053	41,231	41,560							
QUEBEC	23,863	22,003	22,765							
NEW BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169							
NOVA SCOTIA	1,933	1,725	1,667							

CANADA 98,476 92,807 95,664

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION

(thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
BRITISH COLUMBIA	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUEBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NEW BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOVA SCOTIA	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
B.C.	9.57	9.08	9.77							
ALTA.	8.79	8.32	7.97							
SASK.	3.76	3.60	3.96							
MAN.	7.92	7.83	8.10							
ONT.	42.70	44.43	43.44							
QUE.	24.23	23.71	23.80							
N.B.	1.06	1.18	1.22							
N.S.	1.96	1.86	1.74							
CANADA	100	100	100							

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979

C.B.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.E.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85

CANADA 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989

C.B.	9.57	9.08	9.77
ALTA.	8.79	8.32	7.97
SASK.	3.76	3.60	3.96
MAN.	7.92	7.83	8.10
ONT.	42.70	44.43	43.44
QUE.	24.23	23.71	23.80
N.B.	1.06	1.18	1.22
N.E.	1.96	1.86	1.74

CANADA 100 100 100

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de livres éviscérées) *

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
COLOMBIE-BRITANNIQUE	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUÉBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de kilogrammes éviscérés)*

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
COLOMBIE-BRITANNIQUE	9,422	8,429	9,344							
ALBERTA	8,660	7,723	7,623							
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785							
MANITOBA	7,795	7,267	7,751							
ONTARIO	42,053	41,231	41,560							
QUÉBEC	23,863	22,003	22,765							
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169							
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,933	1,725	1,667							
CANADA	98,476	92,807	95,664							

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

L'année 1982 a aussi vu une croissance continue au sein du secteur de conditionnement du dindon: de nouveaux produits ont été mis au point; des systèmes de distribution ont été augmentés; la demande au sein de l'industrie et des services alimentaires a semble grandir; toute cette situation est survenue en dépit des conditions économiques actuelles.

Perspective pour l'année:

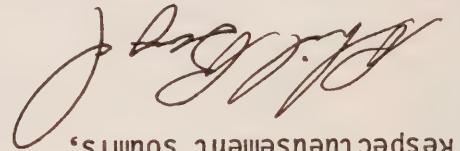
Bien que 1983 commence avec un stock légèrement plus élevé que requis, je crois que nous pouvons être prudemment optimistes au sujet de l'année en cours à cause des facteurs suivants:

- un redressement prévu de l'économie vers le quatrième trimestre;
- moins de concurrence de la part des autres viandes, du moins, au cours des trois premiers trimestres.

Notre industrie est en mesure de profiter de ce qui précède, si nous pouvons établir la production plus près des besoins du marché, et établir le prix de nos produits sur une base plus concurrentielle où c'est possible et nécessaire. Ces mesures sont difficiles mais essentielles pour les meilleurs intérêts à long terme de notre industrie.

Merci à tous pour une autre bonne année.

Respectueusement soumis,



Phil Boyd

Directeur de la recherche économique
Office canadien de commercialisation du dindon

L'on dit souvent qu'il n'y a pas deux années qui se ressemblent dans l'industrie du dinde; 1982 n'a pas fait exception car l'industrie a dû s'ajuster à une économie canadienne en difficulté. Cependant, en dépit des conditions économiques, une certaine croissance est survenue dans divers secteurs.

Le 1^{er} janvier 1982, les stocks de dinde surgelés s'élevaient en tout à 12.5 millions de kilogrammes, soit une baisse marquée du stock de 16.9 et de 18.3 millions de kilogrammes au début de 1981 et de 1980 respectivement.

La production de dinde au Canada en 1982 a augmenté de 3.1% au-dessus des niveaux de production de 1981, pour atteindre 95.7 millions de kilogrammes.

La consommation domestique en 1982 a été de 95.9 millions de kilogrammes, soit une baisse d'environ 3.5% en comparaison de 1981.

Ainsi, les stocks à la clôture le 31 décembre 1982 étaient légèrement plus élevés à 13.4 millions de kilogrammes: 900,000 kilogrammes de plus que les stocks à l'ouverture le 1^{er} janvier.

Alors que 1982 s'est écoulée, l'effet de l'économie canadienne sur les

tendances d'achat des consommateurs est devenu plus précis. En 1982, un

changement marqué est survenu dans la demande des dinde légers, comme le

prouve le fait que la consommation domestique de dinde pesant moins de

5.0 kilogrammes a augmenté de 16.4% des niveaux de 1981, alors que la

consommation de dinde pesant plus de 5.0 kilogrammes a diminué par plus de

12%.

Malheureusement, la situation économique est devenue pire alors que l'année

s'écoulait et lorsque la demande de pointe pour les dinde est survenue, le

revenu disponible des consommateurs était probablement le plus faible depuis

un certain temps. À la fin d'août 1982, la consommation domestique de dinde

était à l'égalité avec le chiffre d'un an plus tôt mais cependant, la demande

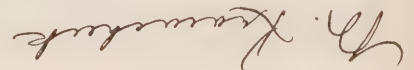
durant la saison de pointe (septembre à décembre) a baissé considérablement,

ce qui a créé une diminution de 3.5% pour l'année.

Comme en 1981, l'automne de 1982 a éprouvé une pression pour la délivrance de licences d'importation supplémentaires pour les dinde de la catégorie utilitaire. Heureusement, aucune licence n'a été délivrée alors que les réserves étaient prévues adéquates pour répondre à la demande en perspective. Si des licences avaient été délivrées, le stock à la clôture aurait très bien pu dépasser 15 millions de kilogrammes.

projets autorisés par les administrateurs de l'OCCD. Les limites du budget ont imposé des restrictions sur le nombre d'activités auxquelles nous avons été en mesure de participer. Cependant, grâce aux efforts, aux idées nouvelles et à l'enthousiasme, beaucoup de travail a été accompli.

Respectueusement soumis,



Margaret Krowchuk

Adjointe administrative

Office canadien de commercialisation du dindon

L'activité promotionnelle de 1982 de l'OCCD a été conçue pour fournir des renseignements provenant de recherches, pour créer un colloque provincial afin d'échanger des idées, augmenter l'intérêt des consommateurs par l'entremise de campagnes au détail, informer les producteurs des programmes de l'Office et appuyer des projets d'enseignement.

Le Comité des économistes domestiques qui comprend des représentants de chaque Office provincial de commercialisation s'est réuni deux fois en 1982. Le principal projet au cours de l'année fut la mise au point d'un guide d'enseignement en anglais et en français. Cet ensemble comprend un guide de l'enseignement, des exercices pour les élèves et de la documentation. De plus, les économistes domestiques se sont occupés de promotions de l'Office auprès des services alimentaires dans leur province.

Un séminaire sur la promotion a eu lieu à Québec en septembre. Les membres des comités provinciaux de promotion de même que les économistes domestiques et les comités de promotion de l'OCCD ont participé aux pourparlers et aux échanges d'idées.

Des promotions collectives au niveau national auprès des services alimentaires ont été commanditées par l'OCCD en juillet avec les magasins à succursales Metropolitan/Greenberg/Saan, en lançant un nouveau produit, des bâtonnets de dinde; et en août, avec la chaîne Mr. Submarine. Un rôti de poitrine spécialement conçu pour les petits pains à sous-marins a été présentée aux consommateurs canadiens.

D'autres activités de promotion comprennent une recherche auprès des consommateurs, faite par International Surveys Limited. Ces renseignements fournissent aux Offices provinciaux des données pour évaluer l'orientation des promotions et aussi pour aider à déterminer le contingent national.

Une page d'annonce mensuelle dans Canada Poultryman permet à l'Office d'informer les producteurs de dindons au sujet des diverses activités de l'Office.

Comme coordinatrice des promotions pour l'OCCD, j'ai eu le privilège de travailler avec nos contreparties provinciales au cours de l'année sur divers

5. PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dinjons par plusieurs des huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dindon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1981. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le Ministère fédérale de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1982, le cas échéant, seront inscrites dans l'état des opérations de 1983.

6. DETTES PASSIVES

Une action en justice contre l'Office a été intentée par l'ancien directeur général de l'Office réclamant des dommages-intérêts pour renvoi injustifié au montant total de \$215,000 plus les frais. Une réserve de \$42,000 a été établie pour un fonds de dépenses dans cette cause. L'Office nie toute responsabilité et défendra l'action en justice.

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
NOTES AUX ETATS FINANCIERS
POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1982

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPERATIONS

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un office constitué, en vertu de la loi sur les Offices de Commercialisation des Produits Agricoles au Canada, pour promouvoir une production judicieuse, efficace et compétitive et la commercialisation du dindon au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérification généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif.

a) INVENTAIRE

L'inventaire consiste en des dindons éviscérés et est rapporté au moindre montant de la valeur nette réalisable et du prix coûtant. Les dépenses d'entrepôt, d'intérêt et autres sont rapportées dans l'année où elles-ci sont encourues.

b) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de l'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations localités pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES A RECEVOIR

	1982	1981
Prélèves de producteurs	\$146,946	\$151,795
Généralités	2,346	2,633
Intérêt couru	2,992	524
	<u>\$152,284</u>	<u>\$154,952</u>

3. IMMOBILISATIONS

	1982	1981
COÛT	\$ 24,867	\$ 9,336
DEPRECIATION ACCUMULEE	\$ 11,372	\$ 1,014
VALEUR NETTE AU LIVRE	\$ 13,495	\$ 8,322
Mobilier et équipement de bureau	\$ 24,867	\$ 9,336
Améliorations localités	5,474	1,014
	<u>\$ 30,341</u>	<u>\$ 10,350</u>

4. BAIL DE LOCATION

En vertu d'une entente de deux baux, l'Office a une obligation contractuelle au montant de \$30,612 pour les douze prochains mois, et de \$54,645 pour le restant de la durée du bail.

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
 ÉTAT DES DÉPENSES
 POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1982

ANNEXE 1

1982	1981	RÉNUMÉRATIONS
\$ 75,026	\$ 98,820	Salaires du personnel
29,675	31,013	Honoraires aux directeurs
7,237	7,607	Avantages sociaux des employés
\$111,938	\$137,440	AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES
\$ 37,600	\$ 46,018	Honoraires pour services professionnels
19,920	26,572	Loyer, taxes, électricité
13,228	17,329	Téléphone et télex
11,504	14,095	Articles et équipement de bureau
6,095	5,150	Vérification des livres
4,385	2,842	Amortissement
3,600	3,616	Frais de traduction
1,434	1,637	Frais divers d'administration
1,401	2,801	Timbres et messageries
1,212	1,223	Sous-contrats de services de bureau
320	433	Assurances
0	578	Comité consultatif
0	27,605	Frais de recrutement d'un directeur général
\$100,699	\$149,899	FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL
\$130,400	\$ 96,803	Frais de voyage des directeurs et gérants
27,286	16,062	Frais de voyage du personnel
6,986	5,425	Salles de réunion
803	584	Assurances de voyage
\$165,475	\$118,874	CAMPAGNE DE VENTES
\$ 30,723	\$ 0	Dépenses pour livre de recettes
7,483	40,070	Dépenses diverses de promotion
5,100	0	Dépenses pour les arts ménagers
3,053	0	Guide du professeur
\$ 46,359	\$ 40,070	DÉPENSES DE PROMOTION
\$ 36,171	\$ 0	Salaires
6,241	0	Loyer
3,726	0	Bureau
1,426	0	Téléphone
1,344	0	Affranchissement postal
\$ 48,908	\$ 0	Voir notes ci-jointes

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES OPÉRATIONS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1982

1981	1982	REVENUS
\$871,190	\$895,423	Prélèvements des producteurs
16,617	21,306	Intérêts et permis
887,807	916,729	DÉPENSES
137,440	111,938	Salaires des directeurs et du personnel (Annexe 1)
149,899	100,699	Autres dépenses administratives (Annexe 1)
118,874	165,475	Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)
406,213	378,112	PROMOTION
76,497	59,196	Campagne auprès des institutions
0	48,908	Dépenses de promotion (Annexe 1)
40,070	46,359	Campagne de vente (Annexe 1)
36,648	43,050	Etude du marché
21,013	13,237	Publicité
5,000	10,000	Programme d'information
3,403	7,079	Voyages du personnel
0	2,791	Bourses d'études
853	56	Intérêt
168,389	0	Coût de l'étude de la production
100,000	0	Don à l'Organisation vétérinaire des maladies contagieuses
4,498	0	Foires commerciales
456,371	230,676	
758,086	608,788	
25,223	307,941	REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION
128,565	374,666	Ventes de dindons
128,642	399,783	Coût des ventes
(77)	(25,117)	Profit brut (perte)
5,069	29,235	Autres dépenses
12,422	15,497	Intérêt
583	2,161	Frais d'entreposage
0	1,022	Assurances
18,074	47,915	Commissions
(18,151)	(73,032)	PERTES SUR LES VENTES
(238,260)	42,692	PÉNALTIES DE SURPRODUCTION (REMOUBOUREMENT) (note 5)
(\$231,188)	\$277,601	SURPLUS DES REVENUS APRÈS LES DÉPENSES pour l'exercice

voir notes ci-jointes

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
 ÉTAT DES SURPLUS
 AU 31 DÉCEMBRE 1982

SURPLUS, au début de l'exercice	
1982	\$184,984
1981	\$416,172
SURPLUS DE REVENUS APRÈS LES DÉPENSES	
1982	277,601
1981	(231,188)
SURPLUS, à la fin de l'exercice	
1982	\$462,585
1981	\$184,984

voir notes ci-jointes

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
BILAN
AU 31 DÉCEMBRE 1982

A C T I F

1982	1981
\$270,312	\$121,009
152,284	154,952
45,232	399,783
3,291	2,153
471,119	677,897
16,350	10,350
42,000	0
\$529,469	\$688,247

ACTIF À COURT TERME

Encaisse

Comptes à recevoir (note 2)

Inventaire

Assurance prépayée

IMMOBILISATIONS (note 3)

AUTRE

Dépôt (note 6)

P A S S I F

PASSIF À COURT TERME

Emprunt bancaire

Comptes et charges à payer

SURPLUS

\$	0
66,884	239,891
66,884	503,263
462,585	184,984
\$529,469	\$688,247

voir notes ci-jointes

Approuvé au nom du Conseil d'administration

ADMINISTRATEUR

ADMINISTRATEUR

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.	W. H. MONTGOMERY, C.A.
R. W. LOTT, C.A.	A. FERROTTA, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.	D. J. WEILER, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.	G. C. ROBINSON, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.	D. H. MACKENZIE, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.	R. E. WIGHTMAN, C.A.

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux Membres de

l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1982, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1982, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Guelph, Ontario
Le 24 février 1983

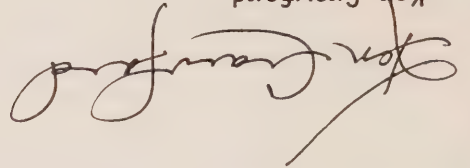
Comptables Agréés

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1982

ÉTATS FINANCIERS

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

Ken Crawford
Gérant général
Office canadien de commercialisation du dindon



Respectueusement soumis,

Nous continuerons de diriger nos efforts pour rendre 1983 une année productive et profitable pour tous les secteurs de notre industrie.

En résumé, j'aimerais exprimer l'appréciation sincère du personnel de l'OCCD pour la direction dévouée et l'aide fournies par le comité de direction et le Conseil d'administration en 1982.

Cependant, je dois m'empresser de faire remarquer que plusieurs problèmes sérieux assaillent encore l'Office et ses membres provinciaux. Une formule équitable pour les attributions de contingent en sus de la base, en utilisant les critères établis dans le Régime doit être mise en oeuvre. Nous sommes beaucoup plus rapprochés par suite du travail diligent du comité des critères mais la fin semble encore inaccessible. Avec la responsabilité que nous avons d'établir les contingents nationaux et les attributions provinciales, nous avons une autre responsabilité envers l'industrie en nous assurant que le produit est fourni pour répondre aux exigences courantes du marché et que le prix au niveau des fermiers est établi d'une façon responsable, reconnaissant non seulement les besoins des producteurs mais aussi les conditions économiques et les situations du marché. Pour maintenir une position viable pour nos producteurs dans tous les secteurs du Canada et éviter les interventions de l'extérieur, nous devons résoudre ces problèmes en 1983 d'une façon responsable.

Nous avons fait un meilleur usage de nos comités internes au cours de cette dernière année. J'aimerais particulièrement transmettre mon appréciation à tous les membres des comités de directeurs qui, par leur dévouement à traiter les questions nationales, nous ont aidé à résoudre de nombreux problèmes. Grâce à ce colloque, nous avons été mieux en mesure de déterminer les implications provinciales des politiques nationales. Nous voulons aussi faire meilleur usage du Comité des économistes domestiques provinciaux nous permettant ainsi de coordonner les programmes de promotion aux niveaux national et provinciaux et en retour augmenter les valeurs combinées en dollars des budgets national et provinciaux. Les résultats combinés de ce comité devraient nous permettre une meilleure polarisation de tout programme commercial au niveau national.

Janvier 1983 a marqué la fin de ma première année au poste de gérant général de l'OCCD. Permettez-moi de dire que dès le début, j'ai éprouvé beaucoup de plaisir à commencer ces nouvelles fonctions avec un personnel très compétent, efficace et intéressé déjà sur place. Mon ancienne expérience dans diverses fonctions avec l'Office au cours des dernières années m'a permis de faire la transition sans complication.

L'OCCD vient d'achever sa neuvième année d'activités. Chaque année depuis son début, les questions à traiter sont devenues plus importantes et plus complexes. L'Office national et les offices provinciaux ont toujours été en mesure de traiter les questions avec efficacité bien que dans plusieurs cas, sur une base provisoire. Cependant, je crois que les producteurs, les industries connexes et les consommateurs ont été bien servis par les politiques et la flexibilité de l'Office.

Au cours des récentes années, les conditions ont changé d'une façon drastique. Dans le climat bureaucratique d'aujourd'hui, nous sommes continuellement soumis à des critiques et des attaques externes et internes. Il semblerait, comme M. Jim Boynton, le vice-président du C.N.C.P.A. a souvent déclaré, que "les prévisions incertaines des offices sont nécessaires".

Chaque année, il est devenu plus difficile de déterminer nos priorités sur une base au jour le jour. En revoquant le passé et le présent, il semblerait que nous passions encore d'une crise à une autre.

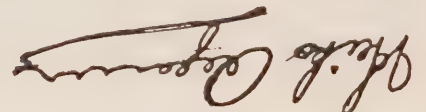
Dès le début de 1982, en collaboration avec les directeurs, le comité de direction et le personnel de l'OCCD, j'ai entrepris une étude de l'administration, des politiques et des règlements courants de l'Office. Cette revue a compris plusieurs questions courantes qui ont existé au sein de l'Office au cours des dernières années. D'après cette analyse, nous avons été en mesure d'établir certains objectifs dans l'administration des affaires de l'Office et d'une manière plus prévisible.

Il me fait plaisir de rapporter aux membres que de nombreux résultats importants ont été réussis au cours de 1982, dont plusieurs vous seront communiqués dans l'allocation du président du Conseil cet après-midi. J'aimerais de nouveau répéter que notre administration actuelle fonctionne efficacement. Une excellente relation de travail s'est développée au sein de l'Office avec les administrateurs, la direction, les directeurs des offices provinciaux, les économistes domestiques provinciaux, et à l'extérieur, avec le C.P.E.P.C. et autres industries connexes telles que le Conseil canadien du commerce au détail, les fabricants d'épicerie du Canada, la Direction des relations commerciales particulières, et plusieurs autres agences gouvernementales avec qui nous devons communiquer. Je dois aussi rapporter que nous commençons seulement à développer le genre de relations de travail positif se continuera en 1983.

Demandons tous la sagesse qui s'impose alors que nous essayons de trouver
notre rang dans une société de plus en plus complexe.

Merci de votre appui au cours de l'année dernière.

Respectueusement soumis,



Heiko Oegema
Président

Office canadien de commercialisation du dindon

Un obstacle annuel est l'attribution du contingent en sus de la base. L'automne dernier, le Comité des critères a été organisé pour étudier comment les critères, tels que décrits dans le Régime, pourraient être appliqués. Récemment, l'on a soumis un excellent rapport qui j'espère conduira à une solution équitable. A la suite de négociations pour l'allocation de 1983, l'Ontario a refusé de signer l'entente de promotion pendant environ trois mois alors que la Nouvelle-Ecosse a pris une mesure encore plus sérieuse. Notre Office ne peut pas se permettre une telle situation et nous devons résoudre ce problème.

Une autre épine contre nous l'année dernière a été le coût de l'étude de production par Thorne, Stevenson & Kellogg qui avait été commencée en 1980. Plusieurs textes préliminaires et rapports finaux ont été livrés mais aucun d'eux ne répondait aux termes du mandat sous leur forme actuelle. Il est très frustrant de vouloir qu'une tâche soit menée à bonne fin et de constater que cet objectif nous échappe. J'ai la satisfaction de dire qu'il ne s'agissait pas d'un manque d'effort de notre part.

Notre Office a aussi participé l'été dernier aux audiences du OCCO qui a trouvé qu'en moyenne, les prix ont été raisonnables au point de vue des consommateurs et des producteurs.

Récemment, j'ai eu le plaisir de représenter l'Office au Congrès de la fédération nationale du dindon à la Nouvelle-Orléans. Je suis revenu satisfait de la stabilité de notre industrie dont nous profitons, en comparaison de nos voisins du sud. Cependant, laissez-moi vous rappeler que les privilèges qui nous sont accordés par la loi sur les agences de commercialisation des produits agricoles reflètent une responsabilité que nous ne devons jamais perdre de vue.

Mes remerciements s'adressent à tous les membres de l'Office, en particulier à mes collègues du comité de direction, Dave et Dennis, qui ont toujours été à ma disposition sur demande.

Une note spéciale de remerciement de nous tous s'adresse à notre gérant général, Ken Crawford. Au cours de cette première année, à titre de gérant général, il a fait un effort considérable pour nous aider à orienter notre Office dans la bonne direction. Nous devons peut-être ralentir son élan si nous voulons qu'il dure. Nous apprécions aussi le travail des autres membres du personnel qui méritent nos remerciements. Comme exemple, je vous réfère à nos brochures de réunion et à la façon de présenter le matériel de même que la qualité du contenu. J'ignore quelles améliorations pourraient être apportées mais j'ai appris que d'autres améliorations sont en voie.

Alors continuons tous à travailler ensemble. Nous avons un rôle à jouer, y compris nos autres partenaires dans l'industrie. Notre dialogue avec eux augmente et s'améliore, mais il peut devenir encore meilleur.

L'année 1982 a passé très vite et peut maintenant être classée dans l'histoire. J'ai commencé mon mandat à titre de président avec une certaine appréhension après avoir été administrateur pendant moins d'un an avant cette nomination. En rétrospective cependant, je suis heureux d'avoir pu rendre service à un groupe aussi dévoué. Bien que tout n'ait pas marché sur des roulettes, l'Office a été en mesure de traiter de nombreuses questions et plusieurs des sujets ont été résolus efficacement et conclus.

Dans le domaine du développement des politiques, nous pouvons énumérer ce qui suit:

1. Un règlement élaboré concernant "les conflits d'intérêts";
2. Un système de rapport en poids vif en coopération avec l'industrie et Agriculture Canada;
3. Tous les conditionneurs ont obtenu des permis en vertu d'un règlement modifié d'octroi de permis;
4. Une politique de conversion au système métrique.

Le Conseil d'administration a aussi appuyé notre général pour la réorganisation de l'administration de l'Office. Une étude par des conseillers sur les procédés administratifs, l'entrée et le traitement des données, de même que l'attribution des rôles et des responsabilités à tous les niveaux de la direction de l'Office, commencée en décembre, est maintenant presque achevée et déjà en oeuvre en grande partie.

Dans le domaine des promotions, nous avons dû être restreints dans nos dépenses, cependant, une base solide a été établie pour l'avenir. Des réunions du Comité des économistes domestiques ont contribué grandement au partage de renseignements et de documentation. Leur principal objectif en 1982 a été le guide d'enseignement qui est actuellement en voie de production et qui devrait rapporter des dividendes appréciables dans l'avenir.

Nos différents comités se sont bien occupés de leur tâche en 1982. Le plus récent sur la scène est le Comité des gérants; ce comité s'avère un auxiliaire très important pour l'Office. Il étudie en détail les nouvelles propositions, politiques, etc. avant qu'elles soient mises en oeuvre et fait part des résultats au Conseil d'administration et/ou au Comité de direction.

Quelques mots au sujet de notre relation avec le Conseil National de Commercialisation des Produits de ferme. J'aimerais pouvoir être plus positif ici. Bien que nos relations soient cordiales, il manque quelque chose. Nous voulons sûrement une supervision, mais nous ne pouvons pas être à l'aise avec un contrôle que d'après nous, le Conseil semble rechercher. D'après moi, un dialogue plus poussé est essentiel et devrait se poursuivre sur une voie absolument directe pour remplir notre mandat à titre d'Office.

O R D R E D U J O U R

1. Appel à l'Ordre
2. Approbation de l'Ordre du Jour
3. Présentations
4. Approbation du Procès-Verbal de la Huitième Assemblée Annuelle
5. Rapport du Président
6. Rapport du Gérant Général
7. Rapport Financier des Vérificateurs
8. Rapport sur les Promotions
9. Rapport du Directeur de la Recherche Économique
10. Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles
11. Confirmation des Membres ayant Droit de Vote
12. Le Président déclare les Bureaux de l'OCCD vacants
13. Nomination du Président Intérimaire
14. Procédures Électorales et Nomination des Scrutateurs
15. Élection du Conseil d'Administration pour 1983
16. Autres
17. Date pour la Dixième Assemblée Annuelle
18. Ajournement

CONSEIL D'ADMINISTRATION 1982

Président	- M. Heiko Oegema	Ontario
Vice-Président	- M. David Davies	Nouvelle-Écosse
Conseiller Exécutif	- M. Dennis Billo	Saskatchewan
Directeur	- M. Walter Redekop	Colombie-Britannique
Directeur	- M. Les Doell	Alberta
Directeur	- M. William Christmas	Manitoba
Directeur	- M. Laurent Mercier	Québec
Directeur	- M. Eike Futter	Nouveau-Brunswick

PERSONNEL DE L'O.C.C.D.

M. Kenneth Crawford	-	Gérant Général
Mme Margaret Krowchuk	-	Assistante Administrative
M. Philip Boyd	-	Directeur de la Recherche Économique
Mme Diane Stoneman	-	Secrétaire

TABLE DES MATIERES

Page	1	Conseil d'Administration
	2	Ordre du Jour - Neuvième Assemblée Annuelle
	3	Rapport du Président
	6	Rapport du Gérant Général
	8	Rapport Financier
	16	Rapport de la Promotion 1982
	18	Rapport du Directeur de la Recherche Economique ...

NEUVIEME RAPPORT ANNUEL

DE

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

pour Présentation au

Ministre de l'Agriculture
L'Honorable Eugene Whelan

Le Conseil Canadien de Commercialisation
des Produits Agricoles

et

La Neuvième Assemblée Annuelle
des Producteurs de Dindons

Mercredi, le 16 mars 1983
Ottawa, Ontario

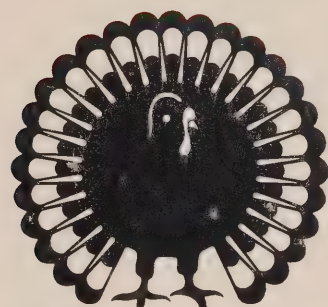
RAPPORT ANNUEL
1982



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

CAI
DB 60
- A56

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY



**CANADIAN
TURKEY**



ANNUAL REPORT

1983

TENTH ANNUAL REPORT
of the
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

for Presentation to

The Minister of Agriculture
The Honourable Eugene Whelan

The National Farm Products
Marketing Council

and the

Tenth Annual Turkey Producers Meeting

Tuesday, March 13, 1984
Ottawa, Ontario

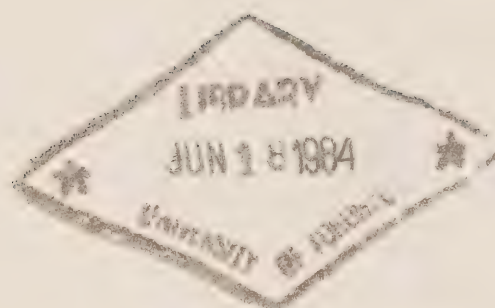


TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
Officers and Directors	1
Agenda for Tenth Annual Meeting	2
Chairman's Report	3
General Manager's Report	5
Financial Report	7
Economic Director's Report	15

1983 OFFICERS AND DIRECTORS

Chairman	- Mr. William Christmas	Manitoba
Vice-Chairman	- Mr. Dennis Billo	Saskatchewan
Executive Member	- Mr. David Davies	Nova Scotia
Director	- Mr. Walter Redekop	British Columbia
Director	- Mr. Les Doell	Alberta
Director	- Mr. Arthur Roder	Ontario
Director	- Mr. Laurent Mercier	Quebec
Director	- Mr. Eike Futter	New Brunswick

1983 CTMA STAFF

Mr. Kenneth Crawford	- General Manager
Mrs. Margaret Krowchuk	- Administrative Assistant
Mr. Philip Boyd	- Director of Economic Research
Miss Marie Fahey	- Promotion and Research Coordinator
Mrs. Diane Stoneman	- Executive Secretary
Mrs. Robin Parker	- Information Officer

CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

TENTH ANNUAL MEETING

MARCH 13, 1984 - 1:30 P.M.

DELTA ROOM "A"

DELTA INN OF THE PROVINCES, OTTAWA

A G E N D A

1. Call to Order
2. Approval of Agenda
3. Introductions
4. Confirmation of Voting Members
5. Approval of Minutes of Ninth Annual Meeting
6. Chairman's Report
7. General Manager's Report
8. Auditors' Report
9. Economic Director's Report
10. National Farm Products Marketing Council
11. Guest Speaker - "Marketing Strategy"
12. Other Business
13. Date for Eleventh Annual Meeting
14. Adjournment of Tenth Annual Meeting
15. Directors Meeting (Election of Officers)

CHAIRMAN'S REPORT TO THE
TENTH CTMA ANNUAL MEETING

1983 presented more than the usual challenges to the Agency. This year began in an uncertain economic climate following a year which took its toll of the agricultural community and related industries. The call for reform measures from the Minister of Agriculture and NFPMC had to be met. Outstanding legal and administrative issues required resolution. The declining disappearance created a need for assessment of our marketing and promotion strategies and research into that area will continue in 1984.

As a new member of the CTMA Executive this year, the responsibilities of policy development, administrative recommendations and general review of issues fell to our staff. I am most grateful for their solid dedication and cooperation which they provided throughout the year. Special thanks are due to our Executive members for their unselfish dedication and participation and to all Directors for their cooperation and direction in the implementation of the required policies fundamental to sound administration. We should be proud of our achievements. They are the direct result of the solid decisions of our Directors, the guidance of our Executive and the administration of our staff.

In looking back over the year, I see, as one of the major achievements, the increased cooperation displayed by all participants in the industry. Our staff visits to Provincial Board Offices in the fall were beneficial in creating a better awareness of the issues faced by CTMA. The support and cooperation of our Provincial Boards have enabled their CTMA delegates to address the needs of Canadian producers from a national perspective.

In June we responded to the four requests from the Minister of Agriculture and have endeavoured to meet the requirements of NFPMC. The quarterly CTMA-NFPMC Executive meetings have improved the understanding and communication of both parties.

Our intervention in the market to ensure a supply of Canadian product for all sectors succeeded in limiting all imports. Of special note, our purchase of commodity hens assisted in balancing the supply during our peak December market.

I feel very strongly that all of the industry must address the marketing of our product. The Agency has the support of the Provincial Boards to proceed in this area and some research is being undertaken to seek offshore trading, however, increasing production is most easily accomplished in our own domestic market. The Agency promotion is creating direct movement toward increasing consumption. The Home Economist Committee and the CTMA Promotion and Research Co-ordinator are seeking better methods to improve public awareness of the versatility of turkey. The processors must recognize that the Agency can be

used constructively to their benefit. The exchange of accurate information for sourcing product, forward projections by category of production and other requirements such as promotion and research, would augment their marketing strategies. A healthy industry is one where all segments prosper.

This has been a rewarding year for the Agency. The moves made by CTMA have strengthened our industry and have created a sound base for building a stable future.

Respectfully submitted,

Bill Christmas

William Christmas
Chairman
Canadian Turkey Marketing Agency

GENERAL MANAGER'S REPORT TO THE
TENTH CTMA ANNUAL MEETING

March 13, 1984

The year 1983 will long be remembered by the members of the Canadian Turkey Marketing Agency. It was a year of challenge, a year of evaluation, a year of decision and also our 10th anniversary. As we now reflect over 1983, it would almost appear our members stopped, examined their direction, reviewed the goals of our founders and discovered they had almost forgotten the definition and intent of "Federal/Provincial Agreements".

However, as 1983 drew to a close, the most serious concerns had been addressed. A number of administrative policies had been implemented, supply and demand had been matched, inventories and production were under control.

This certainly illustrates that "Co-operation", the keystone of supply management, is once again alive and well.

The Agency's administration continued to expand and improve throughout 1983. An organizational study commissioned in 1982 to evaluate the administration and information systems of CTMA was completed and implemented. Staff prepared and distributed a new administrative and procedures manual. Our licensing system was expanded to include hatcheries and their co-operation has been excellent.

An update of the feed components of our C.O.P. was undertaken by staff and an independent auditor to evaluate the feed conversion ratio, mortality, average weight, average age, etc. The field work was completed in 1983 and final results will be implemented in 1984.

We are also continuing to evaluate a producer panel to update C.O.P. components on a continuous basis in each province.

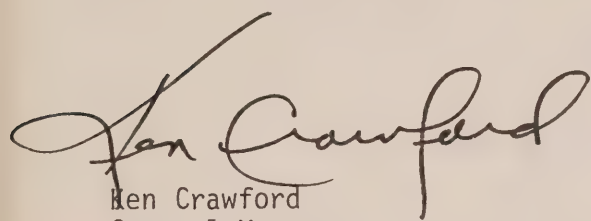
Our participation in industry research was expanded by undertaking a joint project with our Quebec member and the Armand-Frappier Institute. A further contribution to VIDO to complete their research project on Hemorrhagic Enteritis was approved by the Agency. Export market development also continued throughout the year with many contacts being made and followed up.

During last year, we completed our staff goals with the addition of a Research Assistant and a National Home Economist.

I am taking this opportunity to express the appreciation of the staff for the excellent co-operation of the Chairman, Executive Committee and Directors throughout 1983. A special note of appreciation is due to the Provincial Board Managers for their assistance in the overall policy and administrative accomplishments of the Agency.

With this continued spirit of co-operation, 1984 will be a productive and profitable year.

Respectfully submitted,



Ken Crawford
General Manager
Canadian Turkey Marketing Agency

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

FINANCIAL STATEMENTS

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1983

ROBINSON, LOTT & BROHMAN
CHARTERED ACCOUNTANTS

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.
W. H. MONTGOMERY, C.A.
D. J. WEILER, C.A.
D. H. MACKENZIE, C.A.
J. W. WRIGHT, C.A.

R. W. LOTT, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.
A. PERROTTA, C.A.
G. C. ROBINSON, C.A.
R. E. WIGHTMAN, C.A.

AUDITORS' REPORT

To the Members of
The Canadian Turkey Marketing Agency

We have examined the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 1983 and the statements of equity and operations for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Agency as at December 31, 1983 and the results of its operations for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Guelph, Ontario
January 26, 1984

Robinson Lott & Brohman

Chartered Accountants.

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET
AS AT DECEMBER 31, 1983

A S S E T S

	1983	1982
CURRENT		
Cash	\$143,887	\$120,312
Term deposits	100,000	150,000
Accounts receivable (note 2)	175,090	152,284
Inventory	115,651	45,232
Prepaid insurance	4,040	3,291
	<u>538,668</u>	<u>471,119</u>
FIXED (note 3)	21,939	16,350
OTHER		
Deposit (note 6)	<u>0</u>	<u>42,000</u>
	<u>\$560,607</u>	<u>\$529,469</u>

L I A B I L I T I E S

CURRENT		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 19,408	\$ 66,884
	<u>541,199</u>	<u>462,585</u>
EQUITY		
	<u>\$560,607</u>	<u>\$529,469</u>

see accompanying notes

Approved on behalf of the Board



 DIRECTOR



 DIRECTOR

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1983

	1983	1982
EQUITY, beginning of year	\$462,585	\$184,984
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE	<u>78,614</u>	<u>277,601</u>
EQUITY, end of year	<u>\$541,199</u>	<u>\$462,585</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1983

	1983	1982
REVENUE		
Producer levies	\$897,413	\$895,423
Interest and licences	<u>24,369</u>	<u>21,306</u>
	<u>921,782</u>	<u>916,729</u>
EXPENSES		
ADMINISTRATION		
Other administrative (schedule 1)	209,942	100,699
Remuneration to officers and staff (schedule 1)	162,387	111,938
Directors and staff travel (schedule 1)	<u>143,107</u>	<u>165,475</u>
	<u>515,436</u>	<u>378,112</u>
PROMOTION		
GENERAL		
Institutional promotion	86,305	59,196
Sales promotion (schedule 1)	75,839	41,259
Promotion overhead (schedule 1)	47,736	55,987
Interest	<u>0</u>	<u>56</u>
	<u>209,880</u>	<u>156,498</u>
MARKETING AND DEVELOPMENT		
Market research	40,690	43,050
Donation to veterinary		
Infectious Disease Organization	25,000	0
Home economics expense	13,137	5,100
Advertising	12,976	13,237
Information program	10,000	10,000
Scholarships	<u>1,149</u>	<u>2,791</u>
	<u>102,952</u>	<u>74,178</u>
	<u>312,832</u>	<u>230,676</u>
OTHER		
Retiring allowance	<u>89,318</u>	<u>0</u>
	<u>917,586</u>	<u>608,788</u>
REVENUE FROM ADMINISTRATION AND PROMOTION	<u>4,196</u>	<u>307,941</u>
MARKETING OF TURKEYS		
Sale of turkeys	413,398	374,666
Cost of turkeys sold	<u>369,030</u>	<u>399,783</u>
Gross profit (loss)	<u>44,368</u>	<u>(25,117)</u>
Other expenses		
Storage costs	16,058	15,497
Interest	921	29,235
Insurance	849	2,161
Commissions	<u>188</u>	<u>1,022</u>
	<u>18,016</u>	<u>47,915</u>
INCOME (LOSS) ON SALES	26,352	(73,032)
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (note 5)	<u>48,065</u>	<u>42,692</u>
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE for the year	<u>\$ 78,613</u>	<u>\$277,601</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
SCHEDULE OF EXPENSES
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1983

	1983	1982
REMUNERATION TO OFFICERS AND STAFF		
Staff salaries	\$112,075	\$ 75,026
Directors' fees	29,625	29,675
Employee benefits	20,687	7,237
	<u>\$162,387</u>	<u>\$111,938</u>
OTHER ADMINISTRATIVE		
Professional fees	\$ 67,704	\$ 37,600
Consulting fees	62,565	0
Rent, taxes and utilities	20,889	19,920
Office supplies and expense	13,616	11,504
Telephone and telex	11,738	13,228
Translations	8,225	3,600
Depreciation	7,143	4,385
Audit	6,000	6,095
Cost of production (net)	4,893	0
Sundry administration	3,564	1,434
Postage and courier	2,660	1,401
Office contract services	597	1,212
Insurance	348	320
	<u>\$209,942</u>	<u>\$100,699</u>
DIRECTORS AND STAFF TRAVEL		
Directors and board managers travel	\$107,609	\$130,400
Staff travel	29,418	27,286
Meeting rooms	5,422	6,986
Travel insurance	658	803
	<u>\$143,107</u>	<u>\$165,475</u>
SALES PROMOTION		
Teacher's guide	\$ 37,588	\$ 3,053
Recipe book expense	22,697	30,723
Turkey fact file	9,050	0
Sundry promotion expense	6,504	7,483
	<u>\$ 75,839</u>	<u>\$ 41,259</u>
PROMOTION OVERHEAD		
Salaries	\$ 23,658	\$ 36,171
Staff travel	8,356	7,079
Rent	6,641	6,241
Office	4,418	3,726
Telephone	3,796	1,426
Postage	867	1,344
	<u>\$ 47,736</u>	<u>\$ 55,987</u>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1983

1. OPERATIONS AND SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

(a) INVENTORY

The inventory consists of eviscerated turkey and is carried at the lower of cost and net realizable value. All storage, interest and other costs are expensed when incurred.

(b) FIXED ASSETS

The fixed assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Depreciation is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for office equipment and on the straight line basis for all leasehold improvements over the five year term of the premises lease.

2. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1983	1982
Producer levies	\$169,732	\$146,946
General	1,109	2,346
Accrued interest	<u>4,249</u>	<u>2,992</u>
	<u>\$175,090</u>	<u>\$152,284</u>

3. FIXED ASSETS

	ASSET COST	ACCUMULATED DEPRECIATION	1983 NET BOOK VALUE	1982 NET BOOK VALUE
Automobile	\$ 8,030	\$ 2,409	\$ 5,621	\$ 0
Furniture and equipment	27,178	14,533	12,645	13,495
Leasehold improvements	<u>7,864</u>	<u>4,192</u>	<u>3,672</u>	<u>2,855</u>
	<u>\$ 43,072</u>	<u>\$ 21,134</u>	<u>\$ 21,938</u>	<u>\$ 16,350</u>

...continued

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 1983

4. LEASE COMMITMENT

The Agency is committed under two leases for office premises and equipment to pay \$10,064 over the next twelve months and \$24,083 over the remaining term of the leases.

5. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the Agency as a result of the overproduction of turkey meat by several of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 1982 calendar year. The Agency records these overproduction contributions when the funds are received and not on an accrual basis. These funds are considered to be a contingent asset until finalized because of forced majeure provision claims, adjustments to the Canada Department of Agriculture statistics or any other adjustments the Agency feels are justified. The 1983 overproduction contributions, if any, will be recorded in the 1984 statement of operations.

6. DEPOSIT

The agency had established a deposit in 1982 to fund the retiring allowance paid in 1983.

ECONOMIST'S REPORT TO THE
TENTH CTMA ANNUAL MEETING

In retrospect, 1983 was a very interesting year in the Canadian turkey industry. While not without its problems, 1983 served to put the industry, in general, on a very solid footing for forthcoming years, in terms of reducing year-end inventories. Below is a comparison of inventory levels as of January 1, 1983 and December 31, 1983, as reported by Agriculture Canada.

STOCKS OF FROZEN TURKEY (000's of Kg)

<u>Category</u>	<u>Jan. 1/83</u>	<u>Dec. 31/83</u>	<u>Diff.</u>
- 5 kg	2,834	1,481	-1,353
5-8 kg	4,353	2,549	-1,804
8 kg +	3,611	3,575	-36
FFP	2,641	2,318	-323
Total	13,439	9,923	-3,516

1983 opened with 13,439 million kilograms of frozen turkey in storage, approximately 900 thousand kilograms more than 1982. Total slaughter in Canada was only fractionally below that of 1982, however, in 1983 broiler slaughter was nearly 5% below that of 1982, and hen kill was 6.3% above that of 1982. The slaughter of tom turkeys was up about 1% from 1982, and mature turkey slaughter was down by 13.2%. A 25% decrease in eviscerated imports and a doubling of eviscerated exports, combined with the stable slaughterings, left a total available supply in 1983 equal to that of 1982.

The level of disappearance in 1983 was 3.7% greater than disappearance in 1982, resulting in the substantial reduction in year-ending inventories, as shown above. The increase in disappearance can be attributed to many factors, among them are: less competition from other meats, chicken in particular; significant inventory liquidations early in the year; the economic recovery throughout the year.

Relative to other years, 1983 saw minimal pressure for supplementary import permits, even during peak demand periods. As expected, available turkey supplies were adequate for domestic demand throughout the year.

As 1983 progressed, the problem of rising residual supplies of dark meat became increasingly more evident in the further processing sector. This is an expected side effect that accompanies higher demands from further processors for deboned white turkey meat. It will be necessary for the industry to address this situation in the forthcoming year.

I believe 1984 promises good things for the turkey industry, given a solid starting position at December 31, 1983, and a relatively positive economic and market outlook. I believe that our industry can capitalize on this and maintain its strong position.

Thank you all for an interesting 1983.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Phil Boyd". The signature is fluid and cursive, with the first name "Phil" and last name "Boyd" clearly distinguishable.

Phil Boyd
Director of Economic Research
Canadian Turkey Marketing Agency

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION
(thousands of eviscerated kilograms)*

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
BRITISH COLUMBIA	9,422	8,429	9,344	8,389						
ALBERTA	8,660	7,723	7,623	7,656						
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785	3,709						
MANITOBA	7,795	7,267	7,751	7,337						
ONTARIO	42,053	41,231	41,560	43,266						
QUEBEC	23,863	22,003	22,765	22,291						
NEW BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169	1,006						
NOVA SCOTIA	1,933	1,725	1,667	1,872						
CANADA	98,476	92,807	95,664	95,526						

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

CANADIAN HISTORICAL TURKEY PRODUCTION

(thousands of eviscerated pounds)*

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
BRITISH COLUMBIA	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUEBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NEW BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOVA SCOTIA	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* An attempt has been made to adjust for live imports, exports and live interprovincial movement, however, prior to 1977 live interprovincial movement was not totally accounted for.

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
B.C.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.S.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85
CANADA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PROVINCIAL PERCENTAGE SHARE OF CANADIAN PRODUCTION

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
B.C.	9.57	9.08	9.77	8.78						
ALTA.	8.79	8.32	7.97	8.02						
SASK.	3.76	3.60	3.96	3.88						
MAN.	7.92	7.83	8.10	7.68						
ONT.	42.70	44.43	43.44	45.29						
QUE.	24.23	23.71	23.80	23.34						
N.B.	1.06	1.18	1.22	1.05						
N.S.	1.96	1.86	1.74	1.96						
CANADA	100	100	100	100						

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979

C.B.	8.56	9.70	9.44	10.19	10.19	8.87	9.60	9.52	9.96	9.08
ALTA.	8.40	8.23	8.78	8.71	7.50	8.49	8.19	8.06	7.44	8.00
SASK.	3.82	3.25	3.77	3.82	3.77	3.62	3.60	3.55	4.11	3.62
MAN.	8.50	8.47	8.47	7.97	8.36	6.93	8.40	8.57	8.22	8.12
ONT.	44.61	41.30	41.45	39.94	40.78	45.40	44.77	43.70	44.54	44.66
QUE.	24.72	27.99	26.82	27.81	27.38	24.42	22.75	23.54	23.04	23.62
N.B.	.51	.27	.22	.34	.65	.73	1.08	1.16	1.16	1.06
N.E.	.88	.79	1.05	1.23	1.37	1.54	1.61	1.88	1.52	1.85

CANADA 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100

POURCENTAGE DE LA CONTRIBUTION PROVINCIALE DE LA PRODUCTION CANADIENNE

1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989

C.B.	9.57	9.08	9.77	8.78	8.02	3.88	7.68	45.29	23.34	1.05	1.96
ALTA.	8.79	8.32	7.97	8.02	3.96	8.10	7.92	42.70	24.23	1.06	1.96
SASK.	3.76	3.60	3.96	3.88	8.10	7.83	7.92	44.43	23.71	1.18	1.86
MAN.	7.92	7.83	8.10	7.68	43.44	45.29	42.70	44.43	23.80	1.22	1.74
ONT.	42.70	44.43	43.44	45.29	23.80	23.34	24.23	23.71	23.80	1.05	1.96
QUE.	24.23	23.71	23.80	23.34	1.05	1.96	1.06	1.18	1.22	1.74	1.86
N.B.	1.06	1.18	1.22	1.05	1.96	1.74	1.86	1.06	1.18	1.22	1.74
N.E.	1.96	1.86	1.74	1.05	1.96	1.74	1.86	1.06	1.18	1.22	1.74

CANADA 100 100 100 100 100

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de livres éviscérées) *

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
COLOMBIE-BRITANNIQUE	17,405	20,090	18,411	21,934	23,026	16,006	18,981	19,651	19,360	20,303
ALBERTA	17,097	17,041	17,123	18,759	16,944	15,316	16,199	16,649	14,468	17,903
SASKATCHEWAN	7,770	6,740	7,344	8,221	8,525	6,535	7,111	7,338	7,996	8,092
MANITOBA	17,284	17,533	16,525	17,155	18,901	12,494	16,615	17,687	15,987	18,151
ONTARIO	90,749	85,533	80,818	86,015	92,170	81,899	88,517	90,223	86,574	99,872
QUÉBEC	50,287	57,956	52,303	59,882	61,878	44,053	44,970	48,607	44,780	52,835
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,032	555	432	726	1,478	1,310	2,143	2,399	2,261	2,363
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,799	1,634	2,044	2,658	3,105	2,774	3,175	3,891	2,961	4,132
CANADA	203,423	207,082	195,000	215,350	226,027	180,387	197,711	206,445	194,387	223,651

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

LA PRODUCTION HISTORIQUE DU DINDON CANADIEN
(milliers de kilogrammes éviscérés) *

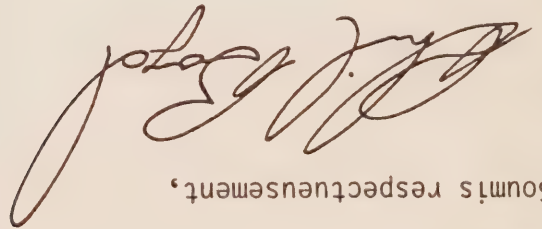
	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
COLOMBIE-BRITANNIQUE	9,422	8,429	9,344	8,389						
ALBERTA	8,660	7,723	7,623	7,656						
SASKATCHEWAN	3,705	3,338	3,785	3,709						
MANITOBA	7,795	7,267	7,751	7,337						
ONTARIO	42,053	41,231	41,560	43,266						
QUÉBEC	23,863	22,003	22,765	22,291						
NOUVEAU-BRUNSWICK	1,045	1,091	1,169	1,006						
NOUVELLE-ÉCOSSE	1,933	1,725	1,667	1,872						
CANADA	98,476	92,807	95,664	95,526						

* Nous avons tenté d'ajuster les importations et les exportations des dindons sur pied ainsi que les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, néanmoins, les expéditions interprovinciales des dindons sur pied, avant l'année 1977, n'ont pas été totalement rapportées.

qui accompagne la forte demande des transformateurs pour la viande de dinde
blanche désossée. Il sera nécessaire que l'industrie adresse cette situation
au cours de la prochaine année.

Je suis convaincu que l'année 1984 apportera de bonnes choses pour l'industrie
du dindon, compte tenu de notre situation solide au 31 décembre 1983, de
l'économie relativement positive et de la perspective du marché. Je crois que
notre industrie peut tirer avantage de cette situation et maintenir sa solide
position.

Soumis respectueusement,



Phil Boyd
Directeur de la recherche économique
Office canadien de commercialisation
du dindon

En rétrospective, 1983 a été une année très intéressante pour l'industrie canadienne du dinde. Bien que celle-ci n'a pas été sans problèmes, en général, elle a servi à mettre l'industrie sur le bon pied pour les années à venir, en fonction de la réduction des inventaires de fin d'année. Le tableau suivant représente une comparaison des niveaux de stocks en inventaire à compter du premier janvier 1983 et du 31 décembre 1983, tels que rapportés par Agriculture Canada.

STOCKS DE DINDONS CONGELÉS (000's kg)				
Catégorie	1 jan/83	31 déc/83	Diff.	
- 5 kg	2,834	1,481	-1,353	
5-8 kg	4,353	2,549	-1,804	
8 kg +	3,611	3,575	-36	
FFP	2,641	2,318	-323	
Total	13,439	9,923	-3,516	

Les stocks de dindons congelés en entrepôt au début de l'année 1983 totalisaient 13,439 millions de kilogrammes, soit approximativement 900 milles kilogrammes de plus que l'année précédente. L'abatage total au Canada a été légèrement inférieur à 1982, cependant, l'abatage des dindons à griller en 1983 a diminué d'environ 5% et l'abatage des dindons femelles a augmenté de 6.3% par rapport à l'année 1982. L'abatage des dindons mâles a enregistré une hausse de 1% tandis que l'abatage des dindons parvenus à maturité a fléchi de 13.2% par rapport à 1982. Une baisse de 25% des importations (poids éviscéré) et un doublement des exportations (poids éviscéré), combinées à des abatages constants, ont contribué à un approvisionnement total disponible en 1983 équivalant celui de l'an dernier.

Le niveau de l'écoulement en 1983 était supérieur de 3.7% comparativement à l'écoulement de 1982, contribuant ainsi à une réduction substantielle des inventaires de fin d'année, telle que démontrée ci-dessus. La hausse de l'écoulement peut être attribuée à plusieurs facteurs, entre autres: la compétition modérée des autres viandes, en particulier le poulet; les liquidations d'inventaires significatives au début de l'année; le redressement économique au cours de l'année.

Par rapport aux années précédentes, 1983 a subi des pressions minimales pour l'octroiement de permis d'importation supplémentaire, même au cours des périodes de forte demande. Tel que prévu, les approvisionnements de dindons disponibles étaient suffisants pour répondre à la demande domestique au cours de l'année. Tandis que 1983 progresse, le problème de l'approvisionnement accru des résidus de la viande brune est devenu considérablement plus évident dans le secteur de la transformation additionnelle. Cette situation est une conséquence prévue

4. BAIL DE LOCATION

En vertu d'une entente de deux baux, l'Office a une obligation contractuelle au montant de \$10,064 pour les douze prochains mois, et de \$24,083 pour le

5. PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION

Ces contributions représentent les montants attribués à l'Office à la suite de surproduction de dinjons par plusieurs des huit Offices Provinciaux de Commercialisation du Dinjon. Ces fonds représentent les contributions de surproduction au cours de l'année civile 1982. L'Office enregistre ces contributions de surproduction lorsque les fonds sont reçus et non sur des charges à payer. Ces fonds sont considérés comme actif potentiel jusqu'à ce qu'ils soient finalisés à cause de stipulations de force majeure, d'ajustements par le Ministère Fédérale de l'Agriculture selon les statistiques ou tout autre ajustement que l'Office considère justifié. Les contributions de surproduction pour 1983, le cas échéant, sont inscrites dans l'état des opérations de 1984.

6. DÉPOT

L'Office a contribué à un fonds de retraite en 1982 pour des prestations payées en 1983.

1. CONVENTIONS COMPTABLES D'OPÉRATIONS

L'Office Canadien de Commercialisation du Dindon est un office constitué en vertu de la loi sur les Offices de Commercialisation des Produits Agricoles au Canada, pour promouvoir une production judicieuse, efficace et compétitive et la commercialisation du dindon au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux normes de vérifications généralement reconnues pour les organismes sans but lucratif. Les pratiques sont les suivantes :

(a) INVENTAIRE

L'inventaire consiste en des dindons éviscérés et est rapporté au moindre montant de la valeur nette réalisable et du prix coûtant. Les dépenses d'entreposage, d'intérêt et autres sont rapportées dans l'année ou celles-ci sont encourues.

(b) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'acquisition. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont rapportées dans l'année où celles-ci sont encourues.

La dépréciation est chargée contre le revenu selon la méthode de l'amortissement décroissant pour l'équipement de bureau à 20% par année, et selon la méthode de l'amortissement linéaire pour toutes améliorations locatives pendant le terme de cinq ans.

2. COMPTES À RECEVOIR

Prélèvements des producteurs
Généralités
Intérêt couru

1983	1982
\$ 169,732	\$ 146,946
1,109	2,346
4,249	2,992
\$ 175,090	\$ 152,284

3. IMMOBILISATIONS

Automobile
Mobiliier et équipement
de bureau
Améliorations locatives

COÛT	DEPRÉCIATION ACCUMULÉE	VALEUR NETTE AU LIVRE	VALEUR NETTE AU LIVRE
\$ 8,030	\$ 2,409	\$ 5,621	\$ 0
27,178	14,533	12,645	13,495
7,864	4,192	3,672	2,855
\$ 43,072	\$ 21,134	\$ 21,938	\$ 16,350

POUR L'EXERCICE TERMINE LE 31 DECEMBRE 1983

1983

1982

REMMUNERATIONS DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

Salaires du personnel
Honoraires des directeurs
Avantages sociaux des employés

\$ 112,075	29,625	20,687	\$ 162,387
------------	--------	--------	------------

\$	75,026
29,675	
7,237	
\$	111,938

10 AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES

Honoraires pour services professionnels
Honoraires pour experts conseils
Loyer, taxes, électricité
Articles et équipement de bureau
Téléphone et téléx
Frais de traduction
Amortissement

\$	67,704
62,565	
20,889	
13,616	
11,738	
8,225	
7,143	
6,000	
4,893	
3,564	
2,660	
597	
348	
\$	209,942

\$ 37,600	0	19,920	11,504	13,228	3,600	4,385	6,095	0	1,434	1,401	1,212	320	\$ 100,699
-----------	---	--------	--------	--------	-------	-------	-------	---	-------	-------	-------	-----	------------

FRAIS DE VOYAGE DES DIRECTEURS ET DU PERSONNEL

Frais de voyage des directeurs et gérants
Frais de voyage du personnel
Salles de réunion
Assurances de voyage

\$ 107,609	29,418	5,422	658	\$ 143,107
------------	--------	-------	-----	------------

\$ 130,400	27,286	6,986	803	\$ 165,475
------------	--------	-------	-----	------------

CAMPAGNES DE VENTES

Guide du professeur
Dépenses pour livre de recettes
Fiche documentaire sur la diète
Dépenses diverses de promotion

\$	37,588
	22,697
	9,050
	6,504
\$	75,839

\$	3,053
	30,723
	0
	7,483
\$	41,259

DEPENSES DE PROMOTION

Salaires
Frais de voyage du personnel
Loyer
Bureau
Téléphone
Affranchissement postal

\$	23,658
	8,356
	6,641
	4,418
	3,796
	867
\$	47,736

\$	36,171
	7,079
	6,241
	3,726
	1,426
	1,344
\$	55,987

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
ÉTAT DES OPÉRATIONS
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1983

1983	1982
REVENUS	
Prélèvements des producteurs	\$ 895,423
Intérêts et permis	21,306
DÉPENSES	916,729
ADMINISTRATION	
Autres dépenses administratives (Annexe 1)	209,942
Salaires des directeurs et du personnel (Annexe 1)	162,387
Frais de voyage des directeurs et du personnel (Annexe 1)	143,107
	111,938
	165,475
PROMOTION GÉNÉRAL	378,112
Campagnes auprès des institutions	86,305
Campagnes de vente (Annexe 1)	75,839
Dépenses de promotion (Annexe 1)	47,736
Intérêt	0
DÉVELOPPEMENT ET COMMERCIALISATION	209,880
Étude du marché	40,690
Don à l'organisme vétérinaire des maladies contagieuses	25,000
Dépenses pour les arts ménagers	13,137
Publicité	12,976
Programme d'information	10,000
Bourses d'études	1,149
	74,178
	230,676
AUTRES	
Prestation de retraite	89,318
	917,586
REVENUS DE L'ADMINISTRATION ET DE LA PROMOTION	4,196
COMMERCIALISATION DU DINDON	
Ventes de dindons	413,398
Coût des ventes	369,030
Profit brut (perte)	44,368
Autres dépenses	16,058
Frais d'entreposage	921
Intérêt	29,235
Assurances	2,161
Commissions	1,022
	47,915
REVENUS (PERTES) SUR LES VENTES	26,352
PÉNALITÉS DE SURPRODUCTION (note 5)	48,065
SURPLUS DES REVENUS APRÈS LES DÉPENSES pour l'exercice	\$ 78,613
	\$ 277,601

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON
 ÉTAT DES SURPLUS
 AU 31 DÉCEMBRE 1983

1983	1982
SURPLUS, au début de l'exercice	
\$ 462,585	\$ 184,984
SURPLUS DE REVENUS APRÈS LES DÉPENSES	
78,614	277,601
SURPLUS, à la fin de l'exercice	
\$ 541,199	\$ 462,585

voir notes ci-jointes

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

BILAN

AU 31 DÉCEMBRE 1983

A C T I F

1983	1982
\$ 143,887	\$ 120,312
100,000	150,000
175,090	152,284
115,651	45,232
4,040	3,291
538,668	471,119
21,939	16,350
0	42,000
\$ 560,607	\$ 529,469
AUTRE	
Dépôt (note 6)	
IMMOBILISATIONS (note 3)	
Encaisse	
Dépôts à terme	
Comptes à recevoir (note 2)	
Inventaire	
Assurance prépayée	

P A S S I F

\$ 19,408	\$ 66,884
541,199	462,585
\$ 560,607	\$ 529,469
PASSIF À COURT TERME	
Comptes et charges à payer	
SURPLUS	

voir notes ci-jointes

Approuvé au nom du Conseil d'administration

Bill Skuman
ADMINISTRATEUR

[Signature]
ADMINISTRATEUR

PARTNERS:

E. G. ROBINSON, C.A.	R. W. LOTT, C.A.
W. J. BROHMAN, C.A.	A. FERROTTA, C.A.
K. W. EDWARDS, C.A.	D. J. WEILER, C.A.
J. H. SIMPSON, C.A.	G. C. ROBINSON, C.A.
J. O. ARNOLD, C.A.	D. H. MACKENZIE, C.A.
	R. E. WIGHTMAN, C.A.

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux Membres de
l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office Canadien de Commercialisation du Dindon, au 31 décembre 1983, ainsi que les états de revenus et dépenses pour l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances. A notre avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de l'Office, au 31 décembre 1983, et les résultats de ses fonctions pour l'année terminée à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus et appliqués de la même manière qu'au cours de l'année précédente.

Guelph, Ontario
Le 26 janvier 1984

Comptables Agréés

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1983

ÉTATS FINANCIERS

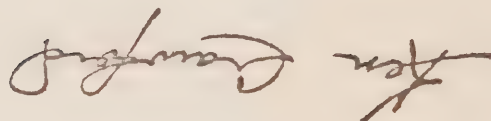
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

L'année dernière nous a aussi permis de compléter nos objectifs au niveau du personnel avec l'addition d'une préposée à la recherche et d'une économiste-ménagère nationale.

J'aimerais ici exprimer l'appréciation du personnel pour l'excellente collaboration manifestée par le président, le comité exécutif et tous les directeurs au cours de 1983. Une note spéciale de remerciement s'adresse aux gérants des Offices provinciaux pour leur assistance dans l'accomplissement de la politique générale et des réalisations administratives de l'Office.

Avec cet esprit de collaboration continue, 1984 sera une année fertile et bénéfique.

Soumis respectueusement,



Ken Crawford
Gérant général
Office canadien de commercialisation
du dindon

Les membres de l'Office canadien de commercialisation du dindon vont se remémorer pour longtemps l'année 1983. Ce fut une année de défis, une année d'évaluation, une année de décision et aussi notre dixième anniversaire. A la réflexion de 1983, il semblerait que nos membres se sont arêtés, ont examiné leur direction, révisé les buts de nos fondateurs et découvert qu'ils avaient pratiquement oublié la définition et le dessein de nos ententes fédérale/provinciales.

Quoi qu'il en soit, quand 1983 a touché à sa fin, les tâches les plus importantes avaient été accomplies. Un nombre de politiques administratives ont été implantées, l'offre et la demande rencontrés, et les inventaires et la production bien contrôlés.

Ceci démontre assurément que la "collaboration", le pivot de la gestion des approvisionnements, est encore une fois présente et bien portante.

L'administration de l'Office a continué de prendre de l'expansion et à s'améliorer au cours de 1983. Une étude organisationnelle commissionnée en 1982, pour évaluer les systèmes d'administration et d'information de l'OCCD, a été complétée et implantée. Le personnel a préparé et distribué un nouveau manuel de politiques administratives. Notre système d'octroiement fut amplifié de façon à inclure les couvoirs et leur appui a été excellent.

Une mise à jour des composantes de la moulée du coût de production a été entreprise par le personnel et un vérificateur indépendant, pour évaluer le taux de conversion de la moulée, mortalité, poids moyen, âge moyen, etc. Le sondage sur le terrain a été terminé en 1983 et les résultats finaux seront implantés en 1984.

Nous continuons aussi l'évaluation d'un panel de producteurs, de façon à ce que la mise à jour des composantes de la moulée du coût de production soit faite sur une base continue dans chaque province.

Notre participation dans la recherche de l'industrie s'est étendue en entreprenant conjointement un projet avec nos membres de la province de Québec et l'Institut Armand-Frappier. Une contribution additionnelle à l'organisme des maladies contagieuses vétérinaires, pour leur permettre de compléter le projet de recherche sur l'Entérite Hémorragique, a été approuvée par l'Office. Le développement du marché de l'exportation a, lui aussi, continué tout au long de l'année et plusieurs contacts ont été établis et suivis.

de façon constructive et à leur avantage. L'échange de renseignements précis relatifs à la recherche du produit, aux projections de la production par catégorie et autres exigences telles que la promotion et la recherche, contribue à accroître leurs stratégies de vente. Une industrie saine est une où tous les secteurs prospèrent.

1983 a été une année bénéfique pour l'Office. Les démarches entreprises par l'Office ont consolidé notre industrie et ont créé une base solide pour construire un avenir stable.

Soumis respectueusement,

Bill Chumas

William Chumas
Président
Office Canadien de Commercialisation
du Dindon

L'année 1983 a présentée plus que les défis d'usage à l'Office. L'année a débuté dans un climat économique incertain à la suite d'une année défavorable pour le secteur agricole et ses industries connexes. L'Office a dû faire suite à l'appel aux mesures correctives du Ministre de l'Agriculture et du CNCPA. Des questions administratives et légales en suspens exigeaient des décisions. La baisse de l'écoulement du dindon a créé le besoin d'évaluer nos stratégies de commercialisation et de promotion et la recherche dans ces domaines continuera en 1984.

En tant que nouveau membre du comité exécutif de l'OCCD cette année, la responsabilité du développement des politiques, des recommandations administratives et de la revue générale des décisions fut imputée au personnel. Je leur suis très reconnaissant pour un dévouement sans bornes et pour la collaboration qu'ils ont fournie au cours de l'année. Je tiens à remercier tout particulièrement les membres du comité exécutif pour leur dévouement et généreuse participation ainsi que tous les directeurs pour leur coopération et directives dans la mise en application des politiques fondamentales nécessaires pour une administration solide. Nous devons être fiers de nos réalisations. Elles sont le résultat direct des décisions efficaces de nos directeurs, de la gouverne de notre comité exécutif et de l'administration de notre personnel.

En rétrospective, je vois comme une de nos principales réalisations, la collaboration accrue manifestée par tous les participants de notre industrie. Les visites de notre personnel aux Offices provinciaux, à l'automne, furent très profitables et nous ont fourni une meilleure compréhension vis-à-vis les problèmes que l'Office doit affronter. L'appui et la collaboration de nos Offices provinciaux ont permis aux délégués de l'OCCD de répondre aux besoins des producteurs Canadiens sous une perspective nationale.

Au cours du mois de juin, nous avons donné suite aux quatre demandes du Ministre de l'Agriculture et nous sommes efforcés de répondre aux exigences du CNCPA. Les assemblées trimestrielles des comités exécutifs de l'OCCD et du CNCPA ont contribué à améliorer la compréhension et la communication des deux partis.

Notre intervention au sein du marché afin d'assurer un approvisionnement de produits Canadiens pour tous les secteurs a contribué à restreindre les importations. A noter que notre achat de dindons femelles nous a permis d'équilibrer l'approvisionnement au point culminant du marché de décembre.

Je crois fermement que toute l'industrie doit collaborer à la commercialisation de notre produit. L'Office a l'appui des Offices provinciaux pour procéder à cette tâche et des recherches ont été entreprises pour développer des marchés d'exportation; cependant, la hausse de la production est plus facilement réalisable dans notre propre marché domestique. Les campagnes de promotion de l'Office contribuent spécifiquement à accroître la consommation. Le comité des économistes-ménagères et la coordinatrice de la recherche et de la promotion de l'OCCD sont à la recherche de nouvelles méthodes pour informer le public de la versatilité du dindon. Les transformateurs doivent reconnaître que l'Office peut être employé

O R D R E D U J O U R

1. Appel à l'Ordre
2. Approbation de l'Ordre du Jour
3. Présentations
4. Confirmation des Membres ayant Droit de Vote
5. Approbation du Procès-Verbal de la Neuvième Assemblée Annuelle
6. Rapport du Président
7. Rapport du Gérant Général
8. Rapport Financier des Vérificateurs
9. Rapport du Directeur de la Recherche Économique
10. Conseil National de Commercialisation des Produits Agricoles
11. Orateur - "Stratégie de Commercialisation"
12. Autres
13. Date pour la Onzième Assemblée Annuelle
14. Ajournement de la Dixième Assemblée Annuelle
15. Assemblée des Directeurs (Élection du Conseil d'Administration)

CONSEIL D'ADMINISTRATION 1983

Président	- M. William Christmas	Manitoba
Vice-Président	- M. Dennis Billo	Saskatchewan
Conseiller Exécutif	- M. David Davies	Nouvelle-Ecosse

Directeur	- M. Walter Redekop	Colombie-Britannique
Directeur	- M. Les Doell	Alberta
Directeur	- M. Arthur Roder	Ontario
Directeur	- M. Laurent Mercier	Québec
Directeur	- M. Eike Futler	Nouveau-Brunswick

PERSONNEL DE L'OCCD

M. Kenneth Crawford	-	Gérant Général
Mme Margaret Krowchuk	-	Assistante Administrative
M. Philip Boyd	-	Directeur de la Recherche Economique
Mlle Marie Fahey	-	Coordinatrice de la Promotion et de la Recherche
Mme Diane Stoneman	-	Secrétaire Exécutive
Mme Robin Parker	-	Préposée aux renseignements

TABLe DES MATIÈRES

<u>Page</u>	
1	Conseil d'Administration
2	Ordre du Jour - Dixième Assemblée Annuelle
3	Rapport du Président
5	Rapport du Gérant
7	Rapport Financier
15	Rapport du Directeur de la Recherche Economique

DIXIÈME RAPPORT ANNUEL

DE

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

pour Présentation au

Ministre de l'Agriculture
L'Honorable Eugene Whelan

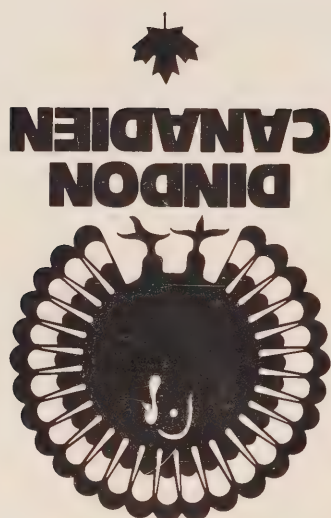
Le Conseil National de Commercialisation
des Produits Agricoles

et

La Dixième Assemblée Annuelle
des Producteurs de Dindons

Mardi, le 13 mars 1984
Ottawa, Ontario

RAPPORT ANNUEL 1983



L'OFFICE CANADIEN DE
COMMERCIALISATION DU DINDON

JUL 13 1988



3 1761 11550599 2